



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL DISEÑO, CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA.

AUTORA: Jessica Patricia Chuquín Chirán

TUTOR: Msc. Ana Arciniegas

IBARRA, JULIO, 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito del presente trabajo de investigación es realizar el estudio y análisis del proyecto de creación de una microempresa de diseño, confección y comercialización de ropa formal para damas, caballeros y niños en la ciudad de Atuntaqui, cuya actividad principal es la transformación de materias primas en productos terminados, ofreciendo al mercado diversidad de producción en cuanto a sus prendas favorecidas por la presencia de proveedores de materiales e insumos locales y disponibilidad de recursos , al enmarcarse en un sector de gran reconocimiento por su producción textil y formación profesional se asimilo una gran oportunidad de contribuir con el desarrollo y fortalecimiento de la pequeña industria bajo criterios de excelencia y compromiso que permitan ganar prestigio en el ámbito empresarial, generando niveles de competitividad que contribuyan a la satisfacción de los gustos y preferencias de las personas al vestir ropa formal en un medio donde la mayor producción es de tipo deportivo, para el efecto el equipo de trabajo se compone de ocho personas evidentemente capacitadas en el desarrollo y asignación de sus funciones y responsabilidades, distribuidas en el área administrativa, producción y de ventas, así también la inversión económica que se efectuará será financiada por recursos propios y de fuentes externas permitiendo disponer de los montos monetarios necesarios para llevar a cabo el buen desenvolvimiento de la actividad económica, los cuales se verán recuperados mediante el rendimiento favorable de los mismos en el transcurso de la vida útil del proyecto, en cuanto a la presencia de impactos positivos y negativos, estos serán fortalecidos y mitigados respectivamente mediante medidas de precaución que permitan moderar sus efectos asegurando el bienestar y la calidad de vida de los recursos humanos.

EXECUTIVE SUMMARY

The purpose of this research is the study and analysis of the project to creating a design micro, manufacture and marketing of formal clothing for men, women and children in the city of Atuntaqui, whose main activity is the processing of raw materials finished products, offering the market diversity of production in their garments favored by the presence of suppliers of materials and local inputs and availability of resources, to be embedded in a sector of great recognition for its textile production and training assimilates a great opportunity to contribute with the development and strengthening of small industry under the criteria of excellence and commitment that allow gain prestige in business, generating levels of competitiveness consenting satisfy the tastes and preferences of people to wear formal clothes in an environment where most production is sporty type, to the effect the team will be integrated by eight people obviously trained in the development and assignment of functions and responsibilities distributed in administration and production in order to carry out a good performance in economic activity, further economic investment to be held in the project will very funded by state external own sources and resources that allow to have the amount needed for the functionality of economic activity achieving recovery and performance in the course of life of the project, the presence of positive and negative impacts will be mitigated respectively through strengthened and precautionary measures that allow moderate their effects, ensuring the welfare and quality of life of human resources.

AUTORÍA

Yo, **JESSICA PATRICIA CHUQUÍN CHIRÁN**, portadora de la cédula de ciudadanía N° **100403610-7**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL DISEÑO, CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Jessica Patricia Chuquín Chirán

C.C. 100403610-7

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En calidad de Director del Trabajo de Grado, con el tema: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL DISEÑO, CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"**, presentado por la señorita **Chuquín Chirán Jessica Patricia**, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, doy fe de que dicho trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes de Julio del 2016.



Msc. Ana Arciniegas

DIRECTORA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Jessica Patricia Chuquín Chirán**, con cédula de ciudadanía N° **100403610-7** manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL DISEÑO, CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FORMAL PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUIL, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):

Nombre: Jessica Patricia Chuquín Chirán

Cédula: 100403610-7

Ibarra, a los 23 días del mes de Julio de 2016



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100403610-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CHUQUÍN CHIRÁN JESSICA PATRICIA		
DIRECCIÓN:	Natabuela – Los Óvalos Alto		
EMAIL:	patychuquin@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0979917799

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Estudio de factibilidad para creación de una microempresa dedicada al diseño, confección y comercialización de ropa formal para damas, caballeros y niños en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.”
AUTORA:	Jessica Patricia Chuquín Chirán
FECHA:	2016 – 07 - 23
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Ana Arciniegas

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Chuquín Chirán Jessica Patricia**, con cédula de ciudadanía Nro. **100403610-7**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días del mes de Julio del 2016

LA AUTORA:

(Firma).....

Nombre: Chuquín Chirán Jessica Patricia

C.C.: 1004036107

DEDICATORIA

Con mucho cariño quiero dedicar este trabajo a Dios, aquel ser supremo que día a día guía y bendice mi camino por los senderos del bien y de manera especial a mi hermosa familia seres humanos que con su amor, comprensión y ejemplo me ayudaron a mantenerme firme en mi propósito, inculcándome principios y valores para forjar un mejor porvenir, siendo ellos la fuerza principal del motivo de superación constante.

Patricia Chuquín

AGRADECIMIENTO

El sentimiento de gratitud es la esencia del valor del ser humano, extendiendo mi más rotundo agradecimiento a Dios por haberme concedido el privilegio de formarme como profesional, a mis abuelitos por ser la fuente principal de sabiduría y comprensión, A mis padres, pilar fundamental de ejemplo y apoyo constante en el proceso de mi formación profesional y humana y a mis hermanas seres nobles de gran admiración.

A los docentes por participar sus conocimientos en las aulas de clase para formar un mejor futuro en cada profesional, y mis amigos por haber compartido el bello significado de la palabra amistad.

Patricia Chuquín

PRESENTACIÓN

El presente proyecto consiste en el desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de diseño, confección y comercialización de ropa formal para damas, caballeros y niños en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura cuya estructura se encuentra conformada y ordenada de la siguiente manera:

En el Diagnóstico Situacional se aborda el estudio de la situación actual del entorno donde se prevee la implantación del proyecto, las condiciones geográficas, demográficas, económicas y políticas que inciden en el desarrollo del mismo mediante el apoyo de la matriz AOOR que permite la identificación de las fuerzas internas y externas que se verán involucradas en el desempeño de la actividad. Con el fin de respetar el derecho de propiedad intelectual, el contexto del Marco Teórico se encuentra respaldado en recursos bibliográficos, documentales y lincográficos, que constituyen las bases teóricas científicas sobre las cuales se sustenta la esencia del objeto de estudio. En cuanto al Estudio de Mercado, este se desarrolló utilizando técnicas de investigación como entrevistas y encuestas que determinan, los requerimientos, preferencias y nivel de aceptación del producto, así como también la identificación del nicho de mercado y los competidores directos e indirectos de la producción, permitiendo definir estrategias de marketing que favorezcan la introducción del producto al mercado. En lo referente al aspecto técnico comprende el análisis de la macro y micro localización del proyecto, la distribución de las instalaciones de la planta de operación, la determinación de la capacidad de producción y el requerimiento de maquinarias, materiales y talento humano para el correcto funcionamiento de la actividad bajo condiciones normales en el corto plazo. Dentro del Estudio Financiero se desarrolló el análisis en cifras monetarias de los recursos del proyecto denominados como ingresos y egresos consecuentes de la actividad a desempeñar, mostrando una visualización clara del comportamiento

que tendrán en el transcurso del tiempo, además mediante la aplicación de indicadores de evaluación se asegura la factibilidad del proyecto bajo parámetros de rendimientos favorables que benefician al inversionista. La organización estructural y funcional que manejará el proyecto está compuesta por el establecimiento de niveles de jerarquía que permiten delimitar y asignar funciones y responsabilidades, así como también contiene aspectos de planificación estratégica a los cuales estará direccionado su funcionamiento y como parte final de los temas abordados se presenta el análisis de impactos donde se refleja el nivel de impacto que generará la implantación del proyecto en el ámbito socioeconómico, empresarial, educativo y ambiental, como también las posibles medidas que permitan mitigar o fortalecer los efectos de los mismos.

JUSTIFICACIÓN

La realización del presente estudio de factibilidad nace con el propósito de aprovechar el talento familiar existente referente al manejo de textiles, para satisfacer las necesidades relacionadas con los gustos y preferencias de las personas al momento de vestir ropa formal en un lugar donde la mayor parte de la producción textil es de tipo deportivo, contribuyendo así con bienes accesibles al mercado, que serán elaborados a base de materia prima de origen nacional en concordancia con la estrategia implantada por el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad “Consume primero lo nuestro”, lo que permitirá contribuir al desarrollo de la economía local y el bienestar social ya que se brindará la apertura de nuevas plazas de trabajo que podrán ser cubiertas por profesionales provenientes de las instituciones educativas especializadas en este ámbito situadas en el sector.

Las proyecciones presentadas por el (INEC, 2010) muestran un crecimiento poblacional en el cantón del 2.5% anual, factor que conjuntamente con la formación profesional, los cambios en la moda y la influencia de esta en las personas generarán un incremento en la demanda de este tipo de prendas de vestir usadas comúnmente en aquellos eventos formales y sociales celebrados como parte complementaria del diario vivir.

Así también dentro de los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir encontramos la estrategia de desarrollo regional de la Zona 1 que inmiscuye entre sus aspectos el fortalecimiento de las ciudades medianas y pequeñas y centros poblados de apoyo, designando como uno de estos centros a la ciudad de Atuntaqui, motivo por el cual existe mayor posibilidad de contar con el apoyo de los entes públicos.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al diseño, confección y comercialización de ropa formal para damas, caballeros y niños en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, mediante el uso de técnicas de investigación que permitan determinar si el proyecto es rentable.

Objetivos Específicos

- Desarrollar el diagnóstico situacional de la ciudad de Atuntaqui, identificando los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que permitan determinar la situación actual del sector.
- Establecer las bases teóricas científicas, a través de la investigación bibliográfica, documental y lincográfica que fundamente y respalde el presente proyecto.
- Efectuar el estudio de mercado mediante el análisis e identificación de la oferta, demanda, producto, precio, promoción y publicidad con la finalidad de encontrar el nivel de demanda insatisfecha y las características de los productos que exigen los posibles clientes.
- Elaborar el estudio técnico con la utilización de herramientas y metodologías de proyecciones financieras que permitan establecer el tamaño del proyecto, su macro localización, micro localización, capacidad productiva y recursos necesarios para su buen desempeño.
- Formular el estudio financiero aplicando técnicas, instrumentos e indicadores económicos que permitan determinar si el proyecto es rentable.

- Diseñar la propuesta de estructura organizacional y funcional para la creación de la microempresa por medio de la preparación de un organigrama e identificación de las bases legales, con el objetivo de garantizar su buen funcionamiento y desempeño.
- Evaluar los probables impactos que generará la implementación del proyecto en el ámbito socioeconómico, empresarial, educativo y ambiental mediante una matriz de evaluación de impactos con el propósito de mitigar los posibles efectos negativos y potencializar los posibles efectos positivos.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	I
EXECUTIVE SUMMARY	II
AUTORÍA.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VI
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN.....	XI
JUSTIFICACIÓN	XIII
OBJETIVOS	XIV
ÍNDICE GENERAL	XVI
ÍNDICE DE TABLAS	XXII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XXIX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXX
CAPÍTULO I	31
1. Diagnóstico situacional.....	31
1.1 Antecedentes	31
1.2 Objetivos del diagnóstico.....	33

1.3 Variables e indicadores del diagnóstico.....	33
1.4 Matriz de relación diagnóstica	35
1.5 Análisis de variables diagnósticas	36
1.6 Matriz AOOR.....	49
1.7 Cruces estratégicos.....	50
1.8 Análisis y respuesta a los riesgos	51
1.9 Identificación de oportunidad de inversión.....	52
CAPÍTULO II	53
2. Marco teórico	53
2.1 Objetivo del marco teórico.....	53
2.2 Metodología	53
2.3 Aspectos específicos	54
2.4 Aspectos técnicos.....	55
2.5 Estudio de mercado	60
2.6 Estudio técnico.....	68
2.7 Estudio económico financiero.....	73
2.8 Estructura organizacional.....	84
2.9 Evaluación de impactos	88
CAPÍTULO III.....	89
3. Estudio de mercado.....	89
3.1 Introducción	89
3.2 Objetivos del estudio de mercado	90
3.3 Matriz de variables de estudio de mercado.....	91

3.4 Identificación del producto	92
3.5 Segmentación del mercado	93
3.6 Cálculo de la muestra.....	94
3.7 Tabulación y Análisis de la información	96
3.9 Demanda	114
3.9.1 Proyección de la demanda	114
3.9.2 Proyección de la demanda por producto.....	116
3.10 Oferta	122
3.10.1 Resultados de la Entrevista Productores	122
3.10.2 Resultados de la Entrevista Comerciantes	123
3.10.3 Oferta Actual.....	124
3.10.4 Proyección de la oferta.....	125
3.11 Balance Demanda - Oferta.....	126
3.12 Análisis de precios	134
3.13 Proyección de Precios	145
3.14 Sensibilidad de la investigación.....	147
3.15 Conclusiones del estudio de mercado	155
CAPÍTULO IV	157
4. Estudio Técnico	157
4.1 Introducción	157
4.2 Objetivos del Estudio Técnico	157
4.3 Macro localización y Micro localización.....	158
4.4 Ingeniería del proyecto	163

4.5 Tamaño del proyecto.....	164
4.6 Capacidad Instalada	166
4.7 Diseño del proceso productivo.....	168
4.8 Descripción técnica del procesamiento.....	170
4.9 Requerimientos de maquinaria y equipo.....	172
4.10 Inversiones en propiedad, planta y equipo.....	175
4.11 Resumen inversión fija	178
4.12 Costos de producción.....	178
4.13 Gastos de administración	188
4.14 Gastos de ventas.....	189
4.15 Capital de trabajo	191
4.16 Inversión total	192
4.17 Financiamiento.....	193
CAPÍTULO V	195
5. Estudio Financiero	195
5.1 Introducción	195
5.2 Objetivos del estudio financiero	195
5.3 Determinación de Ingresos Proyectados	196
5.4 Determinación de los Egresos.....	198
5.5 Costos de Producción.....	198
5.6 Gastos Administrativos.....	206
5.7 Gastos de Ventas.....	208
5.8 Gastos Financieros	211

5.9 Depreciación de Propiedad, Planta y Equipo.....	213
5.10 Amortización Activos Diferidos	217
5.11 Estado de Situación Financiera	217
5.12 Estado de Resultados Integrales.....	219
5.13 Flujo de Efectivo	220
5.14 Análisis Financiero	221
5.15 Sensibilidad del proyecto	234
5.16 Plan de Contingencia	235
CAPÍTULO VI.....	237
6. Estructura Organizacional.....	237
6.1 Aspectos Estratégicos	237
6.1.1 Objetivo.....	237
6.1.2 Nombre o razón social, tipo de empresa.....	237
6.1.3 Logotipo Empresarial.....	238
6.1.4 Eslogan Empresarial	238
6.1.5 Filosofía Empresarial	239
6.1.6 Organigrama	243
6.1.7 Manual de Funciones	244
6.1.8 Aspecto Legal	251
6.1.9 Obligaciones Tributarias	253
CAPÍTULO VII	255
7. Impactos	255
7.1 Análisis de Impactos	255

7.2 Impacto Socio-económico	256
7.3 Impacto Empresarial	259
7.4 Impacto Educativo	261
7.5 Impacto Ambiental.....	262
7.6 Impacto General.....	264
CONCLUSIONES	265
RECOMENDACIONES.....	267
BIBLIOGRAFÍA	268
LINCOGRAFÍA	270
ANEXO 1 Técnicas e Instrumentos de investigación.....	272
ANEXO 2 Formato de la encuesta dirigida a posibles consumidores	273
ANEXO 3 Entrevista dirigida a productores de ropa formal.....	277
ANEXO 4 Entrevista dirigida a comercializadores de ropa formal	278
ANEXO 5 Ficha de Observación de campo	279
ANEXO 6 Oficio de entrega de información	280
ANEXO 7 Empresas Textiles de Antonio Ante 2016	281
ANEXO 8 Proformas	291
ANEXO 9 Fotografías	293

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Proyecciones referenciales de población a nivel cantonal-parroquial	39
Tabla N° 2: Proyecciones referenciales de población cantonal según años en grupos de edades	39
Tabla N° 3: Composición de la población total nacional	40
Tabla N° 4: Proyecciones referenciales de la PEA del Cantón Antonio Ante por parroquias	41
Tabla N° 5: Sexo.....	96
Tabla N° 6: Edad.....	97
Tabla N° 7: Característica que cautiva la atención del cliente.....	98
Tabla N° 8: Lugares de comercialización.....	99
Tabla N° 9: Demanda histórica.....	100
Tabla N° 10 : Análisis de la competencia.....	101
Tabla N° 11: Preferencias del cliente	102
Tabla N° 12: Negocios Similares.....	103
Tabla N° 13: Periodicidad de adquisición	104
Tabla N° 14: Productos complementarios	105
Tabla N° 15: Grado de aceptación	106
Tabla N° 16: Aceptación de compra.....	107
Tabla N° 17: Preferencias de clientes	108
Tabla N° 18: Material de elaboración de las prendas	109
Tabla N° 19: Precios – Mano de obra - damas	110
Tabla N° 20: Precios – Mano de obra - caballeros	111
Tabla N° 21: Precios – Mano de obra - niños.....	112
Tabla N° 22: Medios de comunicación.....	113

Tabla N° 23: Determinación de la población demandante	115
Tabla N° 24: Proyección de la población demandante total	116
Tabla N° 25: Proyección Crecimiento demanda por sexo	116
Tabla N° 26: Proyección de la demanda de ternos completos – Damas.....	117
Tabla N° 27: Proyección de la demanda de pantalones – Damas.....	117
Tabla N° 28: Proyección de la demanda de chaquetas – Damas	118
Tabla N° 29: Proyección de la demanda de faldas – Damas	118
Tabla N° 30: Proyección de la demanda de ternos completos – Caballeros.....	119
Tabla N° 31: Proyección de la demanda de pantalones – Caballeros.....	120
Tabla N° 32: Proyección de la demanda de chaquetas – Caballeros	120
Tabla N° 33: Proyección de la demanda de chalecos – Caballeros	121
Tabla N° 34: Proyección de la demanda de ternos completos de niños	121
Tabla N° 35: Proyección de la demanda de pantalones de niño	122
Tabla N° 36: Precios de Mano de obra de productores de ropa formal.....	123
Tabla N° 37: Precios de venta comerciantes de ropa formal	123
Tabla N° 38: Oferta actual de prendas de tipo formal y sustitutos	125
Tabla N° 39: Proyección de la oferta anual	126
Tabla N° 40:Proyección de la demanda insatisfecha.....	126
Tabla N° 41: Proyección de la demanda potencial por sexo	127
Tabla N° 42: Proyección demanda potencial – Terno formal de dama	128
Tabla N° 43:Proyección demanda potencial – Pantalón de dama	128
Tabla N° 44: Proyección demanda potencial – Chaqueta de dama	129
Tabla N° 45: Proyección demanda potencial – Falda.....	130

Tabla N° 46: Proyección demanda potencial – Terno completo de caballero	131
Tabla N° 47: Proyección demanda potencial – Pantalón de caballero	131
Tabla N° 48: Proyección demanda potencial – Chaqueta de caballero	132
Tabla N° 49: Proyección demanda potencial – Chaleco de caballero	132
Tabla N° 50: Proyección demanda potencial – Terno completo de niño	133
Tabla N° 51: Proyección demanda potencial – Pantalón de niño	134
Tabla N° 52: Fijación de precio – Terno de dama	135
Tabla N° 53: Fijación de precio – Pantalón de dama	136
Tabla N° 54: Fijación de precio – Chaqueta de dama	136
Tabla N° 55: Fijación de precio – Falda	137
Tabla N° 56: Fijación de precio – Terno de gabardina para caballero	138
Tabla N° 57: Fijación de precio – pantalón de gabardina para caballero	138
Tabla N° 58: Fijación de precio – Chaqueta de gabardina para caballero	139
Tabla N° 59: Fijación de precio – Chaleco de gabardina para caballero	139
Tabla N° 60: Fijación de precio – Terno de poliéster para caballero	140
Tabla N° 61: Fijación de precio – Pantalón de poliéster para caballero	140
Tabla N° 62: Fijación de precio – Chaqueta de poliéster para caballero	141
Tabla N° 63: Fijación de precio – Chaleco de poliéster para caballero	141
Tabla N° 64: Fijación de precio – Terno de gabardina para niño	142
Tabla N° 65: Fijación de precio – Pantalón de gabardina para niño	143
Tabla N° 66: Fijación de precio – Terno de poliéster para niño	143
Tabla N° 67: Fijación de precio – Pantalón de poliéster para niño	144
Tabla N° 68: Fijación de precios	144

Tabla N° 69: Proyección de precios para ropa de damas (Tela Strech).....	145
Tabla N° 70: Proyección de precios ropa para caballeros (Tela Gabardina)	146
Tabla N° 71: Proyección de ropa para caballeros (Tela Poliéster)	146
Tabla N° 72:Proyección de precios para ropa de niño (Tela Gabardina)	146
Tabla N° 73: Proyección de precios de ropa para niño (Tela poliéster)	147
Tabla N° 74: Detalle de la distribución de la planta	164
Tabla N° 75: Producción - Capacidad instalada	167
Tabla N° 76: Producción - Capacidad utilizada.....	168
Tabla N° 77: Maquinaria y equipo	175
Tabla N° 78: Equipo de computación.....	176
Tabla N° 79: Equipo de oficina	176
Tabla N° 80: Muebles y enseres	177
Tabla N° 81: Inversión fija	178
Tabla N° 82: Requerimiento de materia prima por prenda.....	179
Tabla N° 83: Cantidad requerida de MPD para prendas de damas (Tela strech)	179
Tabla N° 84: Cantidad requerida de MPD para prendas de caballeros (Tela Gabardina)	180
Tabla N° 85: Cantidad requerida de MPD para prendas de caballeros (Tela Poliéster).....	180
Tabla N° 86: Cantidad requerida de MPD para prendas de niño (Tela Gabardina)	181
Tabla N° 87: Cantidad requerida de MPD para prendas de niño (Tela Poliéster).....	181
Tabla N° 88: Resumen de la cantidad requerida de materia prima directa (metros)	181
Tabla N° 89: Costo mensual de la materia prima directa	182
Tabla N° 90: Remuneración mensual MOD Producción.....	183
Tabla N° 91: Requerimiento de Materia prima indirecta por prenda	183

Tabla N° 92: Cantidad requerida de MPI para las prendas de damas.....	184
Tabla N° 93: Cantidad requerida de MPI para las prendas de caballeros.....	184
Tabla N° 94: Cantidad requerida de MPI para las prendas de niño.....	185
Tabla N° 95: Resumen de la cantidad requerida de MPI.....	185
Tabla N° 96: Costo mensual de MPI	186
Tabla N° 97: Mano de obra indirecta.....	186
Tabla N° 98: Otros costos indirectos	187
Tabla N° 99: Gastos de constitución.....	188
Tabla N° 100: Remuneración mensual Administración	189
Tabla N° 101: Otros gastos administrativos	189
Tabla N° 102: Remuneración mensual del personal de ventas.....	190
Tabla N° 103: Gastos de publicidad	190
Tabla N° 104: Suministros de Ventas.....	191
Tabla N° 105: Capital de trabajo	192
Tabla N° 106: Inversión Total	193
Tabla N° 107: Financiamiento.....	194
Tabla N° 108: Proyección de Ingresos	197
Tabla N° 109: Cálculo del costo Anual - Materia Prima.....	199
Tabla N° 110: Proyección Materia Prima Directa	199
Tabla N° 111: Rol de pagos Anual - Producción.....	200
Tabla N° 112: Calculo de la tasa promedio del SBU.....	201
Tabla N° 113:Proyección de la Mano de Obra Directa	201
Tabla N° 114: Cálculo del Costo Anual - Materia Prima Indirecta.....	202

Tabla N° 115: Proyección Materia Prima Indirecta.....	203
Tabla N° 116: Proyección Mano de Obra Indirecta	203
Tabla N° 117: Cálculo Anual de Otros Costos Indirectos de Fabricación	204
Tabla N° 118: Proyección de Otros Costos de Fabricación.....	205
Tabla N° 119: Resumen de la proyección de Costos Generales de Fabricación	206
Tabla N° 120: Rol de pagos anual - Administración	207
Tabla N° 121: Proyección de la remuneración del personal administrativo.....	207
Tabla N° 122: Cálculo anual de los suministros de oficina	207
Tabla N° 123: Proyección de suministros de oficina.....	208
Tabla N° 124: Resumen de gastos administrativos	208
Tabla N° 125: Rol de pagos anual – Ventas	209
Tabla N° 126: Proyección remuneración del personal de ventas	209
Tabla N° 127: Cálculo anual de los suministros de oficina.....	210
Tabla N° 128: Proyección anual de suministros de ventas	210
Tabla N° 129: Cálculo anual de Publicidad y Promoción	210
Tabla N° 130: Proyección anual de Publicidad y Promoción.....	211
Tabla N° 131:Resumen de gastos de ventas	211
Tabla N° 132: Amortización del crédito.....	212
Tabla N° 133: Resumen del pago de capital e intereses	212
Tabla N° 134: Activos depreciables	213
Tabla N° 135: Depreciación maquinaria y equipo.....	214
Tabla N° 136: Depreciación equipos de computación.....	215
Tabla N° 137: Depreciación muebles y enseres	215

Tabla N° 138: Resumen de la depreciación costo de propiedad, planta y equipo	216
Tabla N° 139: Resumen de la depreciación gasto de propiedad, planta y equipo	216
Tabla N° 140: Resumen del total anual de depreciaciones de propiedad, planta y equipo	217
Tabla N° 141: Amortización de Activos Diferidos	217
Tabla N° 142: Costo de Oportunidad	222
Tabla N° 143: Valor Actual Neto	223
Tabla N° 144: VAN con tasa inferior	224
Tabla N° 145: VAN con tasa superior	225
Tabla N° 146: Ingresos y Costos Actualizados	227
Tabla N° 147: Flujos netos acumulados	228
Tabla N° 148: Flujos descontados acumulados	229
Tabla N° 149: Detalle de Costos fijos y variables	231
Tabla N° 150: Punto de equilibrio en Unidades	232
Tabla N° 151: Resumen de los Indicadores de Evaluación del Proyecto	233
Tabla N° 152: Sensibilidad del proyecto	234

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Variables e Indicadores del diagnóstico	34
Cuadro N° 2: Matriz de relación diagnóstica.....	35
Cuadro N° 3: Matriz AOOR	49
Cuadro N° 4: Cruces Estratégicos	50
Cuadro N° 5: Plan de respuesta a los riesgos.....	51
Cuadro N° 6: Matriz de variables de estudio de mercado	91
Cuadro N° 7: Oferentes de prendas de vestir de tipo formal y similares.....	124
Cuadro N° 8: Factores significativos de localización	160
Cuadro N° 9: Matriz de parámetros de medición de impactos	256
Cuadro N° 10: Matriz de Impacto Socio-económico.....	256
Cuadro N° 11: Matriz de Impacto Empresarial	259
Cuadro N° 12: Matriz de Impacto Educativo	261
Cuadro N° 13: Matriz de Impacto Ambiental.....	262
Cuadro N° 14: Matriz de Impacto General	264

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Sexo.....	96
Gráfico N° 2: Edad	97
Gráfico N° 3: Característica que cautiva la atención del cliente	98
Gráfico N° 4: Lugares de comercialización.....	99
Gráfico N° 5: Demanda Histórica.....	100
Gráfico N° 6: Análisis de la competencia.....	101
Gráfico N° 7: Preferencias del cliente	102
Gráfico N° 8: Negocios Similares	103
Gráfico N° 9: Periodicidad de adquisición	104
Gráfico N° 10: Productos complementarios	105
Gráfico N° 11: Grado de aceptación.....	106
Gráfico N° 12: Aceptación de compra.....	107
Gráfico N° 13: Preferencias de clientes	108
Gráfico N° 14: Material de elaboración de las prendas	109
Gráfico N° 15: Precios – Mano de obra.....	110
Gráfico N° 16: Precios – Mano de obra.....	111
Gráfico N° 17: Precios – Mano de obra.....	112
Gráfico N° 18: Medios de comunicación.....	113
Gráfico N° 19: Macro localización del proyecto	158
Gráfico N° 20: Micro localización del proyecto.....	162
Gráfico N° 21: Distribución de las instalaciones de la planta	163
Gráfico N° 22: Logotipo empresarial	238
Gráfico N° 23: Organigrama Estructural	243
Gráfico N° 24: Organigrama Funcional.....	244

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico situacional

1.1 Antecedentes

La industria textil es una gran fuerza de producción que desempeña un papel importante dentro de la economía de los países en desarrollo, según datos (OMC, 2015) los principales países importadores de prendas de vestir son: La Unión Europea, Estados Unidos y Canadá, viéndose beneficiado el Ecuador con la apertura de una de las tiendas estadounidense más grande del mundo “Low Cost” (bajo costo), así como también la llegada de la firma española Inditex quien determinó al país como su cuarto mercado sudamericano por el número de tiendas ubicadas en este territorio, brindando espacio a marcas nacionales e incentivando el crecimiento de la industria (LÍDERES, 2016), es así que el Ecuador se ha convertido en un mercado atractivo para empresas extranjeras donde desempeñan un papel muy importante las provincias de Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas, ya que el 15% de la producción emitida por estos sectores es exportada hacia Colombia, México, Chile, Estados Unidos, Bolivia, Perú y Venezuela (AITE, 2016), sobresaliendo en el caso de la provincia de Imbabura la ciudad de Atuntaqui conocida como la localidad más pequeña del Ecuador con el corazón más grande del mundo (GAD Antonio Ante, 2016), rincón imbabureño progresista conocido como el centro industrial de la moda más importante del Ecuador, destacada por el gran potencial y habilidad textil que posee su gente, se encuentra situada en el Km 12 al Sur Oeste de Ibarra y al Noroeste de Imbabura. De acuerdo con la información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante la ciudad cuenta con dos parroquias urbanas Atuntaqui y Andrade Marín; y cuatro rurales San Roque, Chaltura, Natabuela

e Imbaya, entre sus principales actividades económicas se encuentran el comercio al por mayor y menor, industrias manufactureras, construcción y la agricultura.

El GAD de Antonio Ante indica que en este sector la actividad industrial ha generado un notable crecimiento y ha brindado empleo a centenares de familias locales y de los alrededores, así como también ha logrado alcanzar el reconocimiento como ciudad productiva a nivel nacional gracias a sus innovaciones y calidad de productos ofertados al mercado, sin lugar a duda la Expoferia llevada a cabo durante el feriado de carnaval y las ferias de los días viernes han permitido potencializar el crecimiento de las microempresas dedicadas a la producción textil, ya que dichas ferias acogen a cientos de turistas gracias a los cuales los habitantes de la zona se han beneficiado al ser partícipes de estos eventos. Su caracterización radica en la fuerza laboral que posee, aspecto que conjuntamente con los avances tecnológicos le ha permitido llevar a cabo la creación de un sin número de microempresas logrando con ello conseguir el adelanto, productividad y competitividad en mercados nacionales e internacionales ofertando productos de calidad y a precios cómodos.

Atuntaqui cuenta con alrededor de 189 talleres de fabricación de prendas de vestir, 58 de venta al por mayor, 65 venta al por menor y 20 dedicados a la confección de ropa a la medida sumando un total de 332 negocios (GAD ANTONIO ANTE, 2015) , quienes en su mayoría se enfocan en la producción de tejidos, lencería y ropa deportiva, razón por la cual se ha identificado la oportunidad de crear una nueva microempresa que se dedique al diseño, producción y comercialización de ropa formal con el propósito de ofertar al mercado diversidad de productos.

1.2 Objetivos del diagnóstico

1.2.1 Objetivo general

Desarrollar el diagnóstico situacional de la ciudad de Atuntaqui, identificando los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que permitan determinar la situación actual del sector.

1.2.2 Objetivos específicos

- Conocer los aspectos geográficos de la ciudad de Atuntaqui.
- Indicar las condiciones demográficas del lugar donde se situará el proyecto.
- Analizar la situación productiva y socioeconómica actual que mantiene la ciudad.
- Recopilar información que nos permita conocer el movimiento actual del mercado.
- Identificar los aspectos políticos que puedan generar impactos en el sector textil.

1.3 Variables e indicadores del diagnóstico

Variables. - Son aspectos que se encuentran sujetos a modificaciones, cuyas variaciones son observables y medibles, se caracterizan por la inestabilidad y la inconsistencia.

Indicadores. - Son elementos que brindan información cualitativa o cuantitativa de la evaluación del comportamiento de una variable.

Cuadro N° 1: Variables e Indicadores del diagnóstico

Variables	Indicadores
1.3.1 Situación geográfica	<ul style="list-style-type: none"> a) Ubicación b) Clima c) División política d) Turismo
1.3.2 Situación demográfica	<ul style="list-style-type: none"> a) Población b) Población Económicamente Activa c) Educación d) Tradiciones y Costumbres
1.3.3 Situación económica	<ul style="list-style-type: none"> a) Actividades económicas b) Nivel de Ingresos c) Fuerza Laboral
1.3.4 Situación actual del mercado	<ul style="list-style-type: none"> a) Mercado b) Oferta c) Demanda
1.3.5 Aspectos políticos	<ul style="list-style-type: none"> a) Organización Política b) Sistema Económico Popular y Solidario <ul style="list-style-type: none"> - Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. - Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. - Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. c) Salvaguardias arancelarias

Fuente: Objetivos específicos
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

1.4 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 2: Matriz de relación diagnóstica

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Técnica	Fuente	Informante
Conocer los aspectos geográficos de la ciudad de Atuntaqui.	Situación geográfica	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación Clima División política Turismo 	Documental	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante.
Indicar las condiciones demográficas del lugar donde se situará el proyecto.	Situación demográfica	<ul style="list-style-type: none"> Población humana Población económicamente activa Educación Costumbres y Tradiciones 	Documental	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante. Reporte de estadísticas de proyecciones INEC. Encuesta Nacional de Empleo, Subempleo y Desempleo (INEC 2016).
Analizar la situación productiva y socioeconómica actual que mantiene la ciudad.	Situación económica	<ul style="list-style-type: none"> Actividad económica Nivel de ingreso Fuerza laboral 	Documental Observación Directa	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante. Sistema Nacional de Planificación y Desarrollo. Reporte de estadísticas de proyecciones INEC.
Recopilar información que nos permita conocer el movimiento actual del mercado en la zona.	Situación actual del mercado	<ul style="list-style-type: none"> Mercado Oferta Demanda 	Documental	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> Página web Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. Indicadores de datos – Comercio exterior – Exportaciones 2014 - Sistema Nacional de Información.
Identificar los aspectos políticos que generan impactos en el sector textil.	Aspectos políticos	<ul style="list-style-type: none"> Sistema Económico Popular y Solidario 1.-Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. 2.-Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. 3.-Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad Salvaguardias arancelarias 	Documental	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria – Capítulo II de las Unidades Económicas Populares. Resolución MCDS-EPS-014-2015 Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. Página web Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. Resolución 001-2016 COMEX, modificación de la sobretasa arancelaria en las subpartidas del anexo único de resolución N° 011-2015.

Fuente: Investigación documental
Elaborado por: La autora
Año: 2016

1.5 Análisis de variables diagnósticas

1.3.1 Situación geográfica

a) Ubicación

Atuntaqui – Cantón Antonio Ante se encuentra ubicada en el Kilómetro 12 al Suroeste de la ciudad de Ibarra y al Noroeste de Imbabura, con una superficie de 83,10 km², sus límites son:

- Norte: San Miguel de Urcuqui
- Sur: Otavalo
- Este: Ibarra
- Oeste: Cotacachi

b) Clima

Variables como la temperatura, presión, humedad, vientos y la precipitación , son aquellas que influyen en la determinación del clima de un lugar, la combinación de estos elementos ha permitido que en esta zona se goce de un clima templado seco con brisas y vientos constantes provenientes de los Andes, con una temperatura promedio de 17 °C aspectos que hacen de este un lugar ideal para visitar y residir, entre su vegetación principal podemos encontrar pinos, eucaliptos, espinos y ciprés, así como también por la fertilidad que poseen sus tierras ha sido posible el desarrollo de la actividad agrícola favorecida por la presencia de las dos etapas climáticas como son las lluvias y la sequía.

c) División política

El cantón Antonio Ante en la actualidad se encuentra conformado por seis parroquias, dos urbanas Atuntaqui y Andrade Marín y cuatro rurales San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante, 2012-2030).

- Andrade Marín. - parroquia urbana ubicada al este de la ciudad de Atuntaqui caracterizada por su valor histórico ya que aquí se encuentra ubicada la fachada de la Ex – Fábrica Textil Imbabura la cual se dedicó a la elaboración de telas e hilos para la comercialización en todo el país desde el año 1927 hasta el año 1965 cuando cerró sus puertas, misma que hoy en día es reconocida como Patrimonio Cultural Industrial.
- Atuntaqui. - parroquia urbana situada en el cantón Antonio Ante, denominada como el centro industrial de la moda ya que alberga alrededor de 332 talleres de producción textil.
- San Roque. - parroquia rural ubicada al noroeste de la cabecera cantonal de Antonio Ante, pueblo que tiene impregnadas sus raíces étnicas hacia el bienestar común.
- Chaltura. - parroquia rural ubicada a 3.5 km de la ciudad de Atuntaqui, considerado como un pueblo noble asentado sobre praderas de tierra fértil custodiadas por la Mama Cotacachi y el Taita Imbabura.
- Natabuela. - Parroquia rural ubicada al este de la ciudad de Atuntaqui, compuesta por población mestiza e indígena dedicados a actividades como la agricultura, artesanías, construcción, comercio informal y quehaceres domésticos.
- Imbaya. - parroquia rural ubicada al extremo noroeste del cantón, reconocida por ser una de las más jóvenes dedicada a actividades agrícolas y ganaderas.

d) Turismo

La ciudad de Atuntaqui conocida como el centro industrial de la moda ofrece a propios y extraños un sin número de atractivos turísticos dentro de los cuales podemos citar la feria artesanal de los días viernes y domingos en el mercado de Atuntaqui, la Fábrica Textil Imbabura – Patrimonio Cultural Industrial ubicada en la parroquia de Andrade Marín, La Pailatola loma realizada por los Incas ubicada en el barrio San Luis de Atuntaqui y La iglesia de Nuestro Señor del Santo Sepulcro, así también permite degustar de su gastronomía donde podemos encontrar las exquisitas fritadas, helados de paila, los cuyes en las parroquias de Chaltura y Natabuela, y no podemos dejar de lado la visualización que ofrece en cuanto a su exuberante vegetación cobijada por la majestuosidad del Taita Imbabura y La mama Cotacachi.

1.3.2 Situación demográfica

a) Población

La población total del Cantón Antonio Ante para el año 2016 es de 50.468 habitantes con una tasa de crecimiento poblacional del 2.5% anual. De los cuales en la ciudad de Atuntaqui se sitúa una población total de 27.020 habitantes (INEC, 2010).

La mayor parte de la población se encuentra asentada en la zona rural, sin embargo, su punto de concentración es la zona urbana de Atuntaqui por cuanto es el sitio donde están ubicados los talleres de producción textil que brindan empleo a centenares de familias locales y de los alrededores.

En cuanto a su distribución el GAD de Antonio Ante indica que un 75% está compuesta por población mestiza seguido por un 18% de población indígena, etnias que predominan en el

Cantón, así como también encontramos un 5% de población afro ecuatorianos y un 2% de población blanca.

Tabla N° 1: Proyecciones referenciales de población a nivel cantonal-parroquial

PERÍODO 2010 – 2020								
Tasa de crecimiento poblacional 2.5%								
Parroquia	Código Parroquial	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
ATUNTAQUI	100250	23.299	23.881	24.479	25.090	25.718	26.361	27.020
IMBAYA	100251	1.279	1.311	1.344	1.377	1.412	1.447	1.483
SAN FRANCISCO DE NATABUELA	100252	5.651	5.792	5.937	6.086	6.238	6.394	6.553
SAN JOSE DE CHALTURA	100253	3.147	3.226	3.306	3.389	3.474	3.561	3.650
SAN ROQUE	100254	10.142	10.396	10.655	10.922	11.195	11.475	11.762
TOTAL POBLACIÓN ANTONIO ANTE		43.518	44.606	45.721	46.864	48.036	49.237	50.468

Fuente: INEC Censo de población y vivienda 2010

Elaborado por: La Autora

Año: 2010

Tabla N° 2: Proyecciones referenciales de población cantonal según años en grupos de edades

PERÍODO 2010 – 2016							
GRUPOS DE EDADES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1 - 4	3.858	3.955	4.054	4.155	4.259	4.365	4.474
5 - 9	5.122	5.250	5.381	5.516	5.654	5.795	5.940
10 - 14	4.352	4.461	4.572	4.686	4.804	4.924	5.047
15 - 19	4.289	4.396	4.506	4.619	4.734	4.853	4.974
20 - 24	3.853	3.949	4.048	4.149	4.253	4.359	4.468
25 - 29	3.370	3.454	3.541	3.629	3.720	3.813	3.908
30 - 34	3.018	3.093	3.170	3.250	3.331	3.414	3.499
35 - 39	2.580	2.644	2.710	2.778	2.848	2.919	2.992
40 - 44	2.611	2.676	2.743	2.811	2.882	2.954	3.028
45 - 49	2.126	2.179	2.233	2.289	2.347	2.405	2.465
50 - 54	1.736	1.780	1.824	1.870	1.917	1.965	2.014
55 - 59	1.477	1.514	1.552	1.591	1.630	1.671	1.713
60 - 64	1.261	1.293	1.325	1.358	1.392	1.427	1.463
65 - 69	1.286	1.319	1.352	1.385	1.420	1.455	1.492
70 - 74	865	887	909	932	955	979	1.003
75 - 79	865	886	908	931	954	978	1.003
80 y Más	849	870	892	914	937	961	985
TOTAL	43.518	44.606	45.721	46.864	48.036	49.237	50.468

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: La Autora

Año: 2010

b) Población económicamente activa

Se considera aquellas personas que se encuentran en capacidad y voluntad de trabajar a partir de los 15 años, que por lo menos laboren una hora a la semana o estén disponibles para hacerlo.

La ciudad de Atuntaqui es el centro de concentración de un alto número de talleres de producción textil que brindan empleo a cerca de 5.000 personas, de las cuales la mayor parte de la fuerza laboral está conformada por personal femenino y de zonas rurales.

La Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo de marzo del 2016 aplicada por el INEC determinó que a nivel nacional 7.861.661 personas forman la población económicamente activa de las cuales 19.935 personas se encuentran en el Cantón Antonio Ante distribuidas en las cinco parroquias, quedando en la ciudad de Atuntaqui un total de 10.673 personas para el año 2016.

Tabla N° 3: Composición de la población total nacional

Población – Marzo – 2016	Personas
Población en edad de trabajar	11.467.518
Población económicamente activa	7.861.661
Población con empleo	7.412.671
Empleo adecuado/pleno	3.142.554
Subempleo	1.348.231
Empleo no remunerado	796.919
Otro empleo no pleno	2.100.225
Empleo no clasificado	24.742
Desempleo	448.990
Población económicamente Inactiva	3.605.856

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo
Elaborado por: INEC
Año: 2016

Tabla N° 4: Proyecciones referenciales de la PEA del Cantón Antonio Ante por parroquias

AÑO 2016			
PARROQUIAS	Población Total	Porcentaje	Total PEA
ATUNTAQUI	27.020	54%	10.673
IMBAYA	1.483	3%	586
SAN FRANCISCO DE NATABUELA	6.553	13%	2.589
SAN JOSE DE CHALTURA	3.650	7%	1.442
SAN ROQUE	11.762	23%	4.646
TOTAL POBLACIÓN ANTONIO ANTE	50.468	1	19.935

Fuente: INEC Censo de población y vivienda 2010

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

c) Educación

El cantón Antonio Ante cuenta con instituciones que se dedican a la especialización en la rama de la confección, el Instituto Tecnológico Alberto Enríquez mantiene una unidad de producción que se encuentra integrada por estudiantes de la especialidad de Industria de la confección, aspecto favorable que permite asegurar la presencia de mano de obra calificada en la zona, así también en la parroquia Natabuela perteneciente al mismo cantón se sitúa el Centro de Formación Artesanal San José quien brinda apertura a las personas mayores de 18 años hombres o mujeres en la rama de corte confección y bordado.

d) Tradiciones y Costumbres

La tradición que caracteriza a la ciudad de Atuntaqui es el desfile de comparsas del 31 de diciembre declarado Patrimonio Cultural Intangible de la Nación en el año 2007, seguido de la Moda Expo Atuntaqui feria que tiene lugar todos los años en el feriado de carnaval con el fin ofertar los productos que producen en esta zona textil., y finalmente el desfile del 02 de marzo con motivo de las fiestas de cantonización.

1.3.3 Situación económica

a) Actividades económicas

La fertilidad de los suelos, la calidez del clima, la exuberante vegetación, amplios espacios y condiciones geográficas son aspectos que permiten que los habitantes de la ciudad de Atuntaqui y sus alrededores se dediquen a actividades como el comercio, la agroindustria, manufactura, construcción y turismo.

Destacándose entre ellas la actividad de manufactura pues la ciudad al ser el centro que alberga a 332 establecimientos legalmente registrados de venta y producción textil brinda empleo a un 80% de la población conformada en su mayoría por gente de la zona rural, esta actividad durante años es la que ha permitido mejorar la situación socioeconómica del cantón y sus alrededores.

El registro de pago de patentes de los negocios a septiembre del 2015 muestra que de los 332 establecimientos de producción textil 20 están destinados exclusivamente a la confección de ropa a la medida (Anexo 7), los cuales son de carácter unipersonal y manejan una producción limitada por lo que no mantienen grandes cantidades de mercadería en stock, abriendo la oportunidad de introducir nuevos micro emprendimientos que fortalezcan este sector.

b) Nivel de ingreso

Según información de la categorización efectuada previo a la Expoferia Atuntaqui 2015 se pudo determinar que el poder adquisitivo de los habitantes de la ciudad y sus alrededores se mantiene en un estándar de mejora, considerando que la presencia, crecimiento y apertura de

nuevas microempresas logra proporcionar nuevas fuentes de empleo justo y digno acorde a las exigencias establecidas en la ley.

Así también en la actualidad es común mirar en los alrededores del cantón el desarrollo a gran escala del trabajo de maquila, pues la presencia de las políticas laborales ha impulsado que las fabricas textiles opten por la opción de distribuir su producción hacia pequeños talleres ubicados en los alrededores de la zona (Anexo 5), propietarios de dichos talleres artesanales mejoran su calidad de vida ya que les es posible compartir tiempo entre lo laboral y lo familiar además de que en varias ocasiones estos identifican nuevas oportunidades de explorar mercados por lo que es ahí donde comienza el nacimiento de un nuevo negocio para cubrir una nueva necesidad y por ende contribuir al desarrollo local, viéndose favorecidos por las facilidades que brindan las instituciones financieras en cuanto al otorgamiento de créditos como son: Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui Ltda. con su línea de crédito “Cumplemetas”, Banecuador institución estatal que apoya el desarrollo de la PYMES, y la Coperativa de ahorro y crédito Pilahuintio con la línea de microcrédito para actividades de pequeña escala.

c) Fuerza laboral

Un 70 % de la mano obra productiva que constituye la fuerza laboral pertenece al segmento femenino quienes juegan un rol muy importante dentro del ámbito industrial pues estas no solo son obreras de los talleres textiles, sino también se desempeñan como anfitrionas de sus hogares y familias. La edad promedio del personal que se vincula al sector textil se encuentra entre los 18 y 24 años favorecidos por la educación que se imparte a temprana edad en las instituciones de formación en la confección situadas en la localidad como son el Centro de formación Artesanal San Jose de Natabuela y el Instituto Tecnológico Alberto Enríquez, quien cuenta con el

bachillerato en industria de la confección y la operación de una unidad productiva en sus instalaciones.

Miguel Posso en su libro “Fábrica Textil Imbabura, La Historia”, relata que el germen de la actividad textil de Antonio Ante se encuentra vinculado con la Ex fábrica Imbabura, una de las principales industrias del Ecuador en los años 1927 a 1965.

Bajo el precedente de estas raíces los propietarios de talleres existentes en la actualidad, empezaron a dar vida al sector textil operando en un principio como pequeños negocios familiares para dar a conocer su producto a los mercados nacionales y posteriormente internacionales.

1.3.4 Situación actual del mercado

a) Mercado

La Asociación de Industriales textiles del Ecuador indica que las principales provincias con mayor número de industrias textiles son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas, ubicando a la actividad de la manufactura como el tercer sector que más mano de obra emplea.

De acuerdo con la información obtenida de la página oficial de turismo visitaecuador.com el Cantón Antonio Ante es el que se encargó de vestir al 20% de la población ecuatoriana, en la actualidad la formación profesional y los cambios en la moda han generado nuevas oportunidades para ofertar productos sobrios para aquellos eventos formales que se desarrollan en el entorno.

Según datos del Sistema Nacional de Información, las exportaciones en cuanto a textiles para el año 2014 representaron un 0.47% de las exportaciones FOB (Franco a Bordo) situándose en el lugar 13 de los productos exportados al exterior con un total de 121.63 millones de dólares.

b) Oferta

Alrededor de 209 talleres de producción legalmente registrados y 123 locales de comercialización son los que ofertan innovación y calidad de prendas de vestir en su mayoría deportivas, tejidos y en mínima escala casuales ideales para estilizar y reflejar la personalidad de quien las usa, las cuales son exhibidas día a día en sus calles principales.

Así también a razón del desarrollo de la actividad textil en el sector se sitúan varios almacenes distribuidores de maquinaria, materia prima e insumos tales como en la venta de maquinarias encontramos a: Siruba, Mainco, Protexil, Tecni Maq, Distribuidora Gonzalo Narvaez, y Servimaq, sin dejar de lado los distribuidores de telas e Hilos como son: Indutexma, Protexil, Nortexil, Gamatex, Potofino, Comercial vallejos etc., contando además con el apoyo de proveedores aledaños ubicados en la ciudad de Ibarra donde encontramos a: Comercial Garzón, Sin Costuras, El Globo, Trapos Boutique y Almacén Doña Juanita, negocios que permiten a los productores de textiles que su principal recurso para operar lo tengan al alcance de sus manos y sin mayores complicaciones.

c) Demanda

Constituye el número de personas que están dispuestas y en capacidad de adquirir bienes y servicios ofertados en el mercado más conocida como población económicamente activa pues es esta quien cuenta con los recursos económicos para dar movimiento a la actividad mercantil.

En la ciudad de Atuntaqui la mayor parte de sus talleres se enfocan en la producción de tejidos, lencería y ropa deportiva motivo por el cual quienes desean un tipo de ropa diferente a la

señalada se ven en la obligación de viajar a sus alrededores para poder adquirirlos incurriendo en mayores gastos.

1.3.5 Aspectos políticos

a) Organización política

El Cantón Antonio Ante se encuentra conformado por dos parroquias urbanas, Atuntaqui y Andrade Marín; y cuatro rurales, Chaltura, Natabuela, San Roque e Imbaya, los grupos étnicos existentes en esta localidad son de raza mestiza e indígena quienes manejan el idioma español y quichua aspectos que permite caracterizar al Cantón por la presencia de sus costumbres, vestimenta y platos tradicionales propios de cada sector.

El concejo municipal de este Cantón se encuentra representado por el Alcalde - Msc. Fabián Posso, Vicealcalde - Dr. Joaquín Paredes y cuatro concejales; Concejala 1: Dra. Nancy Domínguez, Concejala 2: Sr. Carlos Espinoza, Concejala 3: Sr. Edmundo Andrade, Concejala 4: Dra. Romelia Lomas, este equipo de trabajo es el encargado de velar por el buen manejo y funcionamiento de los recursos materiales y humanos con los que cuenta el cantón, para lo cual se han creado establecimientos como la empresa pública de agua potable y alcantarillado, la empresa pública de servicios municipales y la empresa pública fábrica Imbabura, organismos que permiten mantener la iniciativa de promover el crecimiento y desarrollo de la localidad.

Al caracterizarse el sector de Atuntaqui como el centro de la Industria Textil se han conformado asociaciones artesanales como: Federación de instituciones artesanales profesionales de Antonio Ante, representada por la Sra., Guadalupe Jácome; Gremio de Sastres y Modistas con su representante la Sra. Martha Posso Padilla; Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos

y Operarios de Antonio Ante con su representante la Sra. Guadalupe Venegas; y la Sociedad de Artesanos representada por el Sr. Daniel Terán Cevallos, organizaciones que mantienen el impulso de la cadena productiva del sector industrial del cantón y la calidad de vida de quienes laboran dentro de las factorías ubicadas en la localidad.

b) Sistema Económico Popular y Solidario

El estado a través del sistema de economía popular y solidaria fomenta la producción y reproducción de las micro, pequeñas y medianas empresas brindando incentivos para generar competitividad entre todos los actores económicos con el propósito de regir y amparar las unidades económicas de tal forma que se encuentren alineadas a garantizar la calidad de vida, para lo cual se ampararán en:

- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.

Es la legislación que se aplica para el reconocimiento y amparo de las empresas que pertenezcan a este sistema con el propósito de permitirles acceder a beneficios en razón de la actividad económica que desempeñen.

- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.

Es el organismo encargado de fomentar la inclusión al entorno de todos los ciudadanos sin límites de capacidades y oportunidades permitiéndoles ejercer de forma libre y voluntaria sus derechos y obligaciones.

- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.

Entidad responsable de promover y manejar la situación productiva de las micro, pequeñas y medianas empresas con la finalidad de garantizar un empleo digno y generar competitividad en el mercado a través del fortalecimiento de la producción nacional.

- Ministerio de Industrias y Productividad

Institución encargada del manejo de formular y ejecutar políticas que permitan y apoyen la transformación de la productividad, calidad y competitividad del país.

c) Salvaguardias arancelarias

Las salvaguardias arancelarias son medidas establecidas con la finalidad de impulsar el consumo de productos nacionales y así disminuir las importaciones e incrementar las exportaciones de bienes de origen nacional.

En cumplimiento con el programa de desmantelamiento de la medida de salvaguardia por la balanza de pagos se fijó que la partida 420310000 (resolución 001-2016) correspondiente a las prendas de vestir importadas pagarán un 40% de sobretasa arancelaria (COMEX, 2016) , lo cual constituye un beneficio para la industria textil ya que generará mayor competitividad en el mercado nacional, pese a que también se aplica esta medida arancelaria a los insumos, maquinaria y repuestos utilizados en la producción textil situándose entre el 5% y el 25% porcentajes inferiores al aplicado en las prendas de vestir terminadas.

1.6 Matriz AOOR

Cuadro N° 3: Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de proveedores (Maquinaria, telas e Insumos) en la localidad y sus alrededores. • Existencia de un Centro de Formación Artesanal que facilite la contratación de mano de obra barata y especializada. • Desempeño del Instituto Alberto Enríquez en su unidad productiva enlazada al bachillerato de industria en la confección. • Atuntaqui es el punto de concentración de la mayor cantidad de población económicamente activa. • Instituciones financieras que otorguen créditos a microempresarios con facilidades de pago. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de nuevas plazas de contratación de empleo adecuado que generen la ausencia de personal. • Modificaciones en las reformas arancelarias que permitan introducir productos extranjeros a costos relativamente bajos o en su defecto generen la escasez de la materia prima.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Nivel reducido de competencia en la localidad. • Apoyo de entes públicos a las PYMES a través del sistema de economía popular y solidario. • Impulso de las Asociaciones Artesanales Locales. • Desarrollo de la Expoferia Atuntaqui en la cual se puede presentar y ofertar los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de negocios similares. • Variación de la tasa de desempleo que implica la disminución del poder adquisitivo de los habitantes. • Tendencia de que el personal especializado opte por laborar en empresas ya existentes por los atractivos beneficios que presenten. • Contrabando de prendas de vestir

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

1.7 Cruces estratégicos

Cuadro N° 4: Cruces Estratégicos

MATRIZ AOOR	ALIADOS (A) <ul style="list-style-type: none"> • Presencia de proveedores de materiales. • Existencia de un Centro de Formación Artesanal. • Desempeño de la Unidad Educativa Alberto Enríquez en su unidad productiva. • Atuntaqui es el punto de concentración de la mayor cantidad de PEA • Instituciones financieras que otorguen créditos. 	OPONENTES (O) <ul style="list-style-type: none"> • Apertura de nuevas plazas de contratación de empleo adecuado que generen la ausencia de personal. • Modificaciones en las reformas arancelarias que permitan introducir productos extranjeros a costos relativamente bajos o en su defecto generen la escasez de la materia prima
OPORTUNIDADES (O) <ul style="list-style-type: none"> • Nivel reducido de competencia en la localidad. • Apoyo de entes públicos a las PYMES a través del sistema de economía popular y solidario. • Impulso de las Asociaciones Artesanales Locales. • Desarrollo de la Expoferia Atuntaqui en la cual se puede presentar y ofertar los productos. 	ESTRATEGIAS (ALIADOS – OPORTUNIDADES) <ul style="list-style-type: none"> - La existencia de mano de obra calificada proveniente de las instituciones educativas especializadas en este ámbito, permite fortalecer y explorar nuevas iniciativas de producción que generen mayor competitividad. - Las facilidades para la obtención de créditos que ofrecen las instituciones financieras permiten ser beneficiarios del apoyo que brindan tanto los entes públicos como privados. - Atuntaqui al ser el punto de concentración de la PEA tiene la posibilidad de mantener un alto nivel de poder adquisitivo. 	ESTRATEGIAS (OPONENTES, OPORTUNIDADES) <ul style="list-style-type: none"> - Al contar con un nivel bajo de competencia permite asegurar un amplio campo de profesionales disponibles para cubrir las nuevas plazas de trabajo. - La presencia de cambios en las reformas arancelarias establecidas para los productos extranjeros podrá ser afrontados de manera conjunta con las asociaciones artesanales locales con el fin de evitar inestabilidad en las actividades desempeñadas.
RIESGOS (R) <ul style="list-style-type: none"> • Apertura de negocios similares. • Variación de la tasa de desempleo que implica la disminución del poder adquisitivo de los habitantes. • Tendencia de que el personal especializado opte por laborar en empresas ya existentes por los atractivos beneficios que presenten. • Contrabando de prendas de vestir 	ESTRATEGIAS (ALIADOS – RIESGOS) <ul style="list-style-type: none"> - Disponer de capital propio resulta una gran complejidad por ende se buscará el apoyo de entidades públicas o privadas para el financiamiento de la microempresa. - En caso de una posible ausencia de TH se efectuaría convenios con las instituciones educativas para que los estudiantes realicen sus prácticas en las instalaciones de la microempresa con la posibilidad de ser contratados una vez culminada su carrera. - Para combatir la disminución el poder adquisitivo de los habitantes se buscará ofertar el producto a un mercado más amplio de tal forma que se disminuya la posibilidad de pérdida en el negocio. 	ESTRATEGIAS (OPONENTES – RIESGOS) <ul style="list-style-type: none"> - Pese al bajo nivel de negocios similares en la ciudad, la mano de obra puede ser demandada por talleres existentes en los alrededores, de ser el caso se empleará a nuevo talento humano que haya terminado su formación en la rama artesanal o se optará por contratar personal que preste sus servicios de forma ocasional o lo haga en forma de maquila. - La inestabilidad de las políticas arancelarias puede favorecer al libre mercado, para lo cual se fortalecerá las alianzas entre productores textiles nacionales, combatiendo así el ingreso de productos extranjeros.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

1.8 Análisis y respuesta a los riesgos

Cuadro N° 5: Plan de respuesta a los riesgos

Riesgo	Actividad de respuesta al riesgo	Responsable
Objetivo: Mantener estabilidad en el nivel de producción y ventas de la microempresa con el propósito de asegurar el bienestar económico y social de todos los actores involucrados en el proceso.		
1.- Apertura de negocios similares	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de las estrategias de promoción y publicidad de la microempresa. Fijación de alianzas de trabajo conjunto para establecer convenios que mejoren los niveles de producción y ventas. 	Microempresa “DISTINCIÓN”
2.- Variación de la tasa de desempleo que implica la disminución del poder adquisitivo de los habitantes.	<ul style="list-style-type: none"> Expansión de la oferta del producto a un mercado más amplio que permita incrementar los niveles de venta y producción y por ende la generación de nuevas plazas de trabajo. Conservación de la producción de las prendas elaboradas en tela poliéster ya que su costo es más económico. 	Microempresa “DISTINCIÓN”
3.- Tendencia de que el personal especializado opte por laborar en empresas ya existentes por los atractivos beneficios que presenten.	<ul style="list-style-type: none"> Brindar apertura a los profesionales en formación para que realicen sus prácticas pre profesionales en las instalaciones de la microempresa, con la opción de que una vez culminada su carrera puedan ser contratados. Firmar contratos de trabajo que garantice la permanencia de los trabajadores por al menos un periodo de dos años. 	Microempresa “DISTINCIÓN”
4.- Contrabando de prendas de vestir	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdos de estrategias entre productores textiles de la localidad para evitar el ingreso de productos no legalizados al mercado. Conservación de los mecanismos de control e identificación de la producción como etiquetas que contengan el número de RUC, y nombre del propietario del negocio 	Microempresa “DISTINCIÓN”

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

1.9 Identificación de oportunidad de inversión

La información obtenida del análisis situacional de la ciudad de Atuntaqui- Cantón Antonio Ante muestra que en el sector existe un bajo nivel de producción de prendas de tipo formal ya que su mayor inclinación es hacia el esquema deportivo generando que en caso de requerir este tipo de vestimenta los clientes deban trasladarse a lugares aledaños para efectuar su proceso de compra. Así como también al ser Atuntaqui el centro más poblado y mantener el reconocimiento de ciudad textil supone una gran oportunidad para llevar a cabo la creación de una microempresa de diseño, producción y comercialización de ropa formal para damas, caballeros y niños logrando así cubrir aspectos como la demanda insatisfecha y la exigencia de los consumidores en cuanto a las características del producto, facilitando su adquisición a través de la diversificación de la producción local brindando nuevas opciones de compra, como también generando nuevas fuentes de empleo que permitan contribuir con la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la zona.

Análisis del capítulo

Con el desarrollo del capítulo I correspondiente al diagnóstico situacional se logró obtener conocimientos del entorno externo con el que se encuentra vinculado el cantón textil Antonio Ante, su historia, características, fortalezas y condiciones que favorecen la implementación de nuevos negocios en el sector.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

Es el conjunto de opiniones e hipótesis básicas planteadas por diferentes autores que funcionan como una pauta de orientación y apoyo para el desarrollo de la investigación, permitiendo que el lector se familiarice con los términos empleados en el transcurso del estudio.

2.1 Objetivo del marco teórico

Establecer las bases teóricas científicas, a través de la investigación bibliográfica, documental y linografía que fundamente y respalde el presente proyecto.

2.2 Metodología

Para la investigación del presente proyecto la metodología a utilizar será de tipo inductiva, deductiva y analítica ya que el estudio a realizar partirá de teorías generales ya establecidas, mismas que serán estudiadas de forma individual con el fin de comprender la esencia del objeto de estudio, constituyendo una guía ordenada a seguir con el propósito de aprovechar la oportunidad de mejora de los recursos y evitar la inestabilidad en cuanto al proceso de toma de decisiones, para llevar a cabo este proceso de investigación se trabajará con información proporcionada por fuentes primarias y secundarias que brinden una clara visualización de la perspectiva actual del entorno en el que desarrollará el proyecto.

2.3 Aspectos específicos

La industria

“Se incluyen en el sector secundario y su actividad es la fabricación o manipulación de bienes físicos. Transforman las materias primas en productos elaborados y aptos para el uso y consumo” (SERRANO, 2013, pág. 3).

La industria es el segmento encargado de la transformación de materias primas mediante la intervención de talento humano, con el apoyo de maquinaria y herramientas, constituye el segmento elemental de la economía de un país ya que es la encargada de dar movimiento a gran parte sector productivo.

Industria textil

“Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos” (AITE, 2016).

La industria textil maneja un sistema de operación secuencial en el desarrollo de sus procesos permitiendo un desempeño ordenado para proporcionar la materia prima esperada, como resultado de la transformación de la materia prima y la combinación de varios insumos se da vida a un nuevo diseño que es utilizado para cubrir o engalanar al ser humano, este sector se caracteriza por ser uno de los más dinámicos ya que es aquí donde se pone a prueba la creatividad, capacidad e innovación del talento humano.

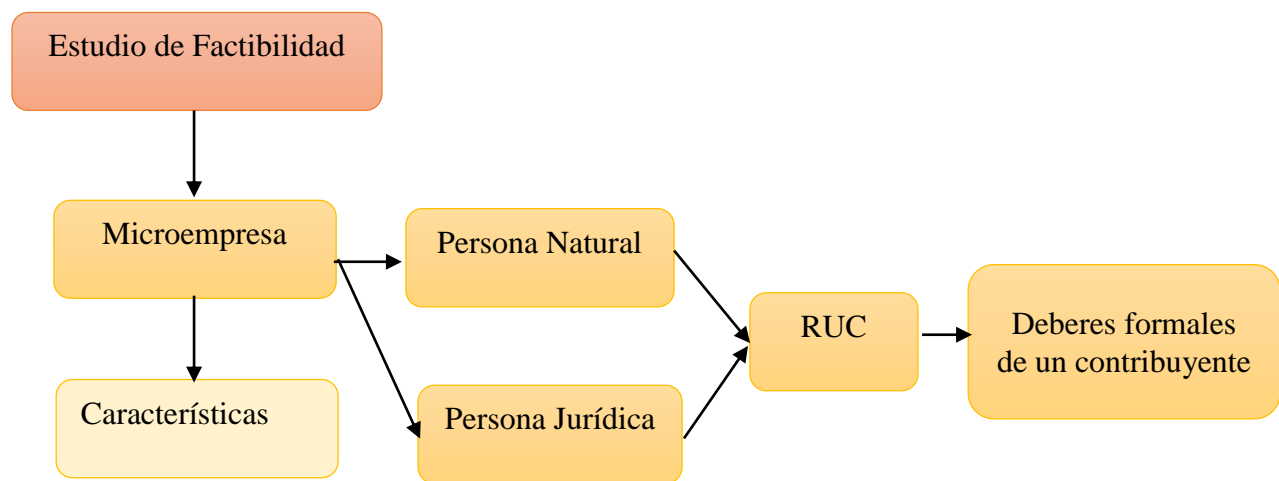
El vestuario formal

“El vestuario formal es uno de los más utilizados para la mayor parte de actos y eventos, tanto sociales como laborales” (PROTOCOLO, 2016).

Estas prendas elegantes y estéticas son usadas tanto por hombres como por mujeres ya sea por profesionalismo o distinción para dar mayor formalidad, estilo y elegancia.

El vestuario formal es utilizado en ocasiones especiales como reuniones de trabajo, negocios, conferencias y ceremonias, para el caso de los caballeros está compuesto por trajes oscuros, y para las mujeres por vestidos cortos rígidos o faldas a la altura de la rodilla acompañadas de chaquetas ajustadas; para los dos casos sus complementos ideales son las joyas y los zapatos, y como no podemos dejar de lado los niños, su estilo formal es menos rígido que el de los adultos, estos pueden usar trajes de adultos diseñados a su medida todo dependerá del gusto del cliente.

2.4 Aspectos técnicos



Fuente: (ARBOLEDA 2013), (CARRASQUILLO, 2011), (FLORESTA, 2012)
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Estudio de factibilidad

“El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto” (ARBOLEDA, 2013)

Consiste en la recolección, análisis e interpretación de información obtenida de fuentes primarias y secundarias mediante la aplicación de instrumentos de investigación que permiten determinar la viabilidad de un proyecto a razón de su aceptación en el mercado y la rentabilidad que proporcionaría una vez puesto en marcha a favor de sus propietarios.

Microempresa

“La microempresa es una unidad económica pequeña que genera ingresos para su propietario” (CARRASQUILLO, 2011).

Microempresa es aquel pequeño negocio que se encuentra administrado y gestionado por su propio creador sea esta persona natural o jurídica, ya que su número de trabajadores es reducido por lo que no excede de 10 empleados, quienes en su mayoría son miembros de la familia o allegados, así como también no requiere de una gran inversión para su funcionamiento.

Características de la microempresa

(FLORESTA, 2012), señala que algunas de las características de una microempresa son:

El dueño hace las veces de gerente, administrador, operario, vendedor, secretario.

Generalmente los dueños no se fijan un sueldo.

Algunas microempresas están dentro del hogar y comparten el local.

Generalmente se compra la materia prima para el día a día.

Si es una empresa familiar se ingresan los miembros al equipo de trabajo, sin ninguna selección de personal.

El empresario suele tener un gran conocimiento del producto que elabora.

La microempresa al ser un pequeño negocio de fácil adaptabilidad en su mayoría reúne las características antes mencionadas, mismas que permiten que las personas de todos los niveles económicos puedan acceder a sus bienes o servicios ofertados logrando satisfacer la necesidad o deseo del consumo, como también convirtiéndose en la fuente de ingreso y autoempleo para sus propietarios.

Persona natural

“Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas, estas se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad”(Boletín 31-SRI, 2016).

Una persona natural es considerada todo individuo de la sociedad que desempeñe una actividad económica por lo que gozará de beneficios y asumirá obligaciones como contribuyentes pese a que estén o no obligados a llevar contabilidad, mismos que son considerados sujetos pasivos de recaudación.

Para que una persona natural lleve contabilidad, se establece los siguientes parámetros (Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, 2015):

Art. 37.-Contribuyentes obligados a llevar contabilidad (...), están obligados a llevar contabilidad, las personas naturales y sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1° de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores, a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.

Considerando como fracción básica desgravada para el año 2016 el valor de \$ 11.170 dólares.

Por otra parte, para el caso de las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, será su responsabilidad llevar un registro de ingresos y gastos que les permita controlar el desenvolvimiento de su negocio.

Persona jurídica

“Art. 564.- Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente”(Código Civil, 2015).

Se denomina aquella persona que tiene obligaciones y derechos legales como representante de una entidad mas no como un individuo de la sociedad.

Registro único de contribuyentes

“Art. 1.- Concepto de Registro Único de Contribuyentes. - Es el instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria”(Ley de Registro Único de Contribuyentes, 2012).

Constituye aquel documento mediante el cual se registra e identifica a un contribuyente en función de la actividad económica que desempeña, con el propósito de establecer sus obligaciones tributarias en este constarán todas las especificaciones básicas referentes al contribuyente y a su actividad, dicho documento es el elemento de partida de la vida legal de una empresa.

Deberes formales de un contribuyente

Las personas que se desempeñen alguna actividad económica deben responder a los siguientes deberes formales que se les atribuye como contribuyentes (Código Tributario, 2015):

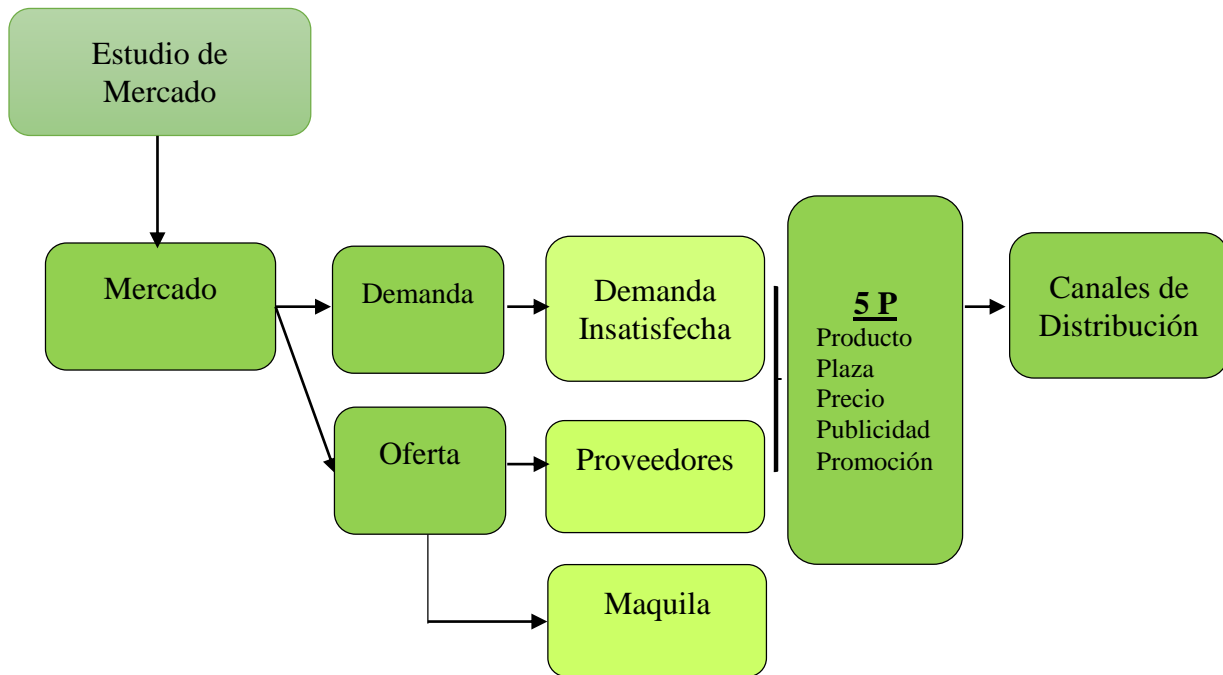
Art.96.- Deberes Formales. -Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

- *Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a la actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;*
- *Solicitar los permisos que fueren del caso,*
- *Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano, anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no este prescrita,*

- *Presentar las declaraciones que correspondan; y,*
- *Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.*

El cumplimiento de estos deberes formales indicados evita la presencia de problemas futuros que puedan generar pagos de multas por incumplimiento o incluso afectar el funcionamiento de los negocios.

2.5 Estudio de mercado



Fuente: (TALENT, 2016), (ARBOLEDA, 2013), (SLYWOTZKY, 2012),(GARCIA,2014)
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

Estudio de mercado

“Con el estudio de mercado, serás capaz de identificar los segmentos específicos de mercado en los que tu producto tendrá buena acogida y te ayudará a crear una entidad competitiva”(TALENT, 2016).

El estudio de mercado es el proceso de recolección y análisis de información de fuentes primarias que permite determinar el poder de compra de los consumidores y el nivel de marketing que se requerirá para introducir un producto o servicio al mercado.

Mercado

“Es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único, y por lo tanto la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar” (ARBOLEDA, 2013, pág. 83).

El mercado es el área donde se evidencia el comportamiento de la oferta y la demanda, determinado en función del precio de los bienes y servicios y la voluntad de compra y venta, en el presente proyecto conocer el mercado es primordial para determinar las estrategias de venta que se requerirá para introducir el producto de tal manera que se asegure su permanencia en el tiempo.

Demanda

“La demanda es una suerte poco corriente de energía. Mueve los grandes y pequeños piñones de las economías y de los mercados, de todas las organizaciones y de nuestros salarios, aquí y en todas partes del mundo” (SLYWOTZKY, 2012, pág. 1).

La demanda es el factor fundamental para llevar a cabo el proceso de comercialización y mantener el movimiento del giro de un negocio, el nivel de demanda que se maneja en un mercado refleja la aceptabilidad de un bien o servicio por parte de los consumidores, acompañado de la situación económica que se maneja en un país, es decir si las personas tienen mayor poder adquisitivo es porque se cuenta con mayores fuentes de ingresos por lo tanto existe menos

desempleo; estos aspectos permiten el progreso de los negocios ya que al incrementar la demanda se requiere la misma reacción de la oferta.

En el presente proyecto la determinación del nivel de demanda para el producto es fundamental ya que en función a este factor se establecerá la capacidad de producción y cantidad de recursos que la microempresa necesitará para satisfacer a sus clientes.

Demanda insatisfecha

“Se produce cuando el cliente no ha podido adquirir el producto o servicio, o si lo ha comprado no se encuentra satisfecho con él. Su forma de cálculo es: $\text{Demanda} - \text{Oferta} = \text{Demanda insatisfecha}$ ” (SERRANO, 2013, pág. 39).

La demanda insatisfecha es aquel número de consumidores que aún no ha sido cubierto por el mercado, dando origen a la oportunidad de introducir nuevos negocios que cubran estas expectativas e incluso las superen, dicha demanda insatisfecha surge a raíz de la escasez de un producto o la inconformidad que genera en quien lo adquiere, razón por la cual los clientes buscan nuevas alternativas de compra.

Mediante la determinación de la demanda insatisfecha se establecerá el grado de producción y las características que debe poseer el producto del proyecto para cubrir las expectativas esperadas por los consumidores.

Oferta

“Conversación en la que se ofrece un bien, producto o servicio, y a cambio de ese bien se recibe una retribución económica o beneficio personal” (GARCIA, 2014, pág. 5).

La cantidad de bienes y servicios que se ofrece en el mercado constituye lo que llamamos oferta que para ser conocida se requiere del diálogo entre oferente y demandante, las variables que resaltan en esta comunicación son el precio y la atención. El objetivo de un oferente está direccionado a cubrir las expectativas del consumidor generando el proceso de compra y la tranquilidad del cliente.

Conocer la oferta en el estudio del proyecto es un proceso necesario ya que en base a esta información se determina el nivel de competencia y el valor agregado que espera el cliente, mismo que aun dicha competencia no ha cubierto generando una ventaja de competitividad a favor del nuevo negocio.

Proveedores

“Son un eslabón muy importante del sistema global de entrega de valor a los clientes de la empresa, proporcionan los recursos que la empresa necesita para producir sus bienes y servicios” (ARMSTRONG, JUAN, KOTLER, MERINO, & PINTADO, 2011, pág. 64).

En el ámbito productivo los proveedores son aquellos que se encuentran en la facultad de suministrar bienes y servicios necesarios para la operatividad de la microempresa, estos no siempre son productores directos en varias ocasiones actúan como intermediarios, su objetivo principal es vender el producto o servicio semielaborado o terminado que ayude al complemento de la producción o venta de un nuevo bien. Saber de la ubicación y disponibilidad de los proveedores

dentro de un proyecto de inversión permite fijar el grado de facilidad o dificultad para la adquisición de la materia prima o productos complementarios.

Maquila

“Una maquiladora es un tipo de empresa subcontratista, que produce o ensambla elementos para el proceso del producto de otra empresa cliente” (RINCÓN & VILLAREAL, 2014, pág. 254).

Dentro de la industria textil es notable la intervención de maquilas, que son talleres en los cuales se desarrollan las actividades de producción con su propia maquinaria, pero cuyo producto es de propiedad de una empresa ajena a quien lo produce.

En el proyecto que se presenta, el trabajo de maquila se considera como una alternativa de solución ante la posible falta de mano de obra calificada con el propósito de evitar el estancamiento de la producción del negocio.

Las 5 P



Fuente: (MÜNCH, RICALDE, SANDOVAL, & TORRES, 2015), (MUÑIZ, 2016)

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

- **Producto**

“Es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, como presentación, empaque, diseño y contenido; e intangibles como la marca, imagen, servicio y valor agregado que el cliente acepta para satisfacer sus necesidades y deseos” (MüNCH, RICALDE, SANDOVAL, & TORRES, 2015, pág. 129).

El producto es la razón por la actúa el mercado, oferta y demanda, encaminado a satisfacer un deseo o necesidad de consumo, este gana valor según la utilidad o beneficios que ofrece una vez adquirido. Una empresa debe mantenerse en constante innovación ya que de acuerdo al ciclo de vida del producto una vez que haya alcanzado la etapa de madurez tiende a sufrir una declinación en sus ventas por lo que es necesario reemplazarlo por un nuevo o adecuarlo a las nuevas tendencias de tal manera que sea posible mantenerlo en el mercado y en la necesidad de adquisición de los consumidores.

- **Plaza**

“Lugar físico donde se ofrece el producto” (MüNCH, RICALDE, SANDOVAL, & TORRES, 2015, pág. 183).

La plaza es el espacio en el cual se encuentran tanto oferentes como demandantes con el objetivo de vender o adquirir un bien o servicio que permita satisfacer una necesidad o cubra un deseo, en el desarrollo del proyecto identificar la plaza juega un papel importante ya que nos permitirá elegir el lugar adecuado en el cual se comercializará el producto puesto que este deberá ser un punto estratégico de concentración de consumidores que permita mantener una demanda constante.

- **Precio**

“Es la suma de todos los valores que los clientes dan a cambio de los beneficios de tener o usar un producto o servicio” (ARMSTRONG, JUAN, KOTLER, MERINO, & PINTADO, 2011, pág. 221).

Es el factor que define el comportamiento del mercado para efectuar el proceso de comercialización, para que un negocio permanezca con su producto, el precio fijado para este debe ser mayor a los costos incurridos en la elaboración y comercialización del mismo, sin que exceda en gran magnitud al de sus competidores, en este factor también se ve reflejado el valor monetario que una persona le atribuye al beneficio que recibe por la adquisición del bien.

La fijación del precio dentro del desarrollo del proyecto ayudará a manejar un valor razonable y justo para la venta del producto permitiendo obtener un margen de utilidad a favor del microempresario ayudándole a actuar con rapidez, flexibilidad y competitividad.

- **Publicidad**

“Es toda forma de comunicación pública e impersonal cuyo propósito es influir en las percepciones y en el comportamiento del consumidor para inducir la decisión de compra” (MüNCH, RICALDE, SANDOVAL, & TORRES, 2015, pág. 227).

La publicidad es instrumento que permite dar a conocer un producto al posible cliente a través del uso de canales de comunicación. La inversión económica que un negocio realiza en publicidad para su bien o servicio es retribuida y se ve reflejada en el incremento de su volumen de ventas ya que mientras más personas conozcan la existencia y utilidad del bien mayores son los ingresos que captará a su favor.

- **Promoción**

“Es el conjunto de actividades que estimulan la decisión de compra; su finalidad es dar a conocer el producto, acelerar, incrementar y garantizar las ventas” (MüNCH, RICALDE, SANDOVAL, & TORRES, 2015, pág. 207).

La promoción es una estrategia de marketing que utilizan los oferentes con el fin de incrementar sus ventas ganando mercado a su favor, esta táctica resulta atractiva para el consumidor ya que con la misma cantidad de recursos puede obtener algo más de lo que espera.

En la implementación del nuevo proyecto dicha estrategia complementaria con la publicidad es indispensable ponerla en marcha ya que mediante estas se logrará introducir con menos complejidad el producto al mercado dándolo a conocer a los posibles clientes e induciéndolos al proceso de compra. Las 5P conforman la fuerza motriz para el desarrollo de una acción, la puesta en marcha de todo negocio surge con la iniciativa de ofrecer algo al mercado en este caso un producto denominado prenda de vestir formal.

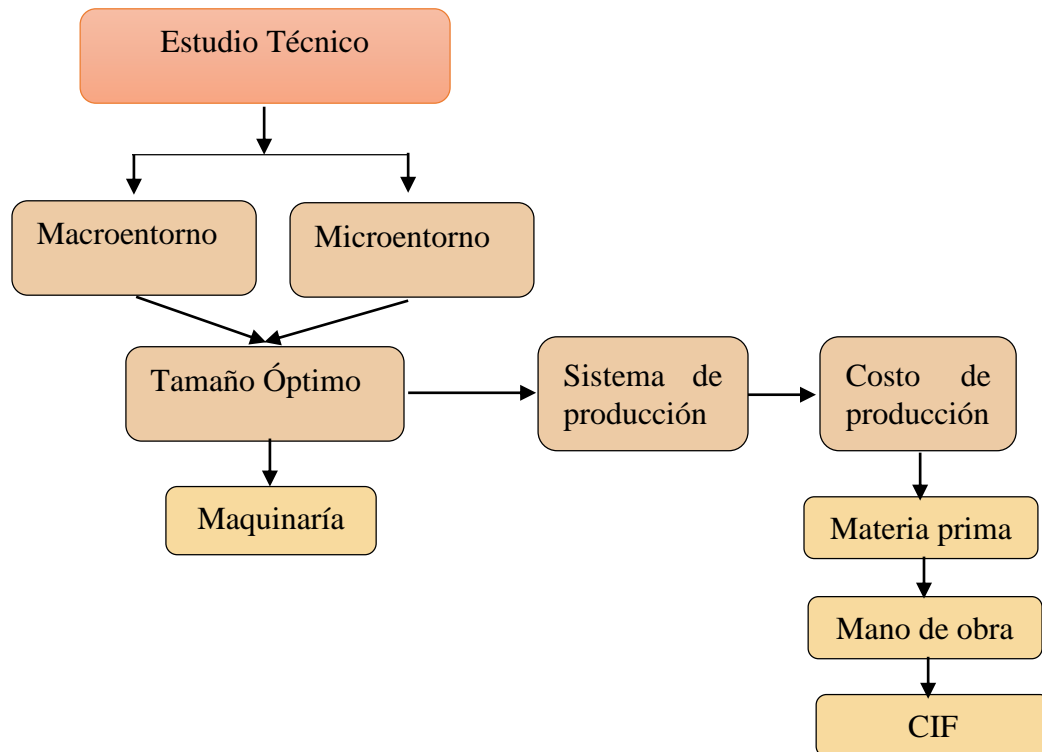
Canales de distribución

“Áreas económicas totalmente activas, a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final”(MUÑIZ, 2016).

Los canales de distribución son las líneas de intermediación que ayudan a entrelazar a productores y consumidores para la acción de trasladar un bien o servicio a un lugar determinado permitiendo su disposición inmediata, dichos canales deben mantener una interconexión mutua con el propósito evitar la presencia de inconvenientes en el trascurso de transferencia del bien o servicio a su destino, la determinación de los canales de distribución permitirá conocer los recursos

que se emplearán para llevar a efecto este proceso y los costos que demandarán la utilización de dichos recursos.

2.6 Estudio técnico



Fuente: (PORTALES, 2011), (KOTLER & ARMSTRONG, 2013), (ZAPATA, 2015)
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Estudio técnico

“El estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto servicio para la realización de una inversión”(PORTALES, 2011).

Comprende el análisis de todos los factores que tienen relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto, mediante este estudio se muestra detalladamente el uso y consumo de los recursos de la empresa.

Macro entorno

“El macro entorno consiste en fuerzas más amplias que afectan a los actores del micro entorno” (KOTLER & ARMSTRONG, 2013, pág. 70).

El macro entorno constituye todos aquellos factores externos a la microempresa como políticas, población, tecnología y cultura, cuya presencia podría generar impactos en el funcionamiento de la actividad de un negocio, dichos factores no son controlables por cuanto su desenvolvimiento se encuentra fuera del alcance y responsabilidad de los funcionarios de la empresa, sin embargo podemos manejarlos y adaptarnos a ellos para disminuir los riesgos al que se expone la microempresa ante su presencia.

Micro entorno

“El micro entorno incluye a todos los actores cercanos a la empresa que afectan, tanto positiva como negativamente, su capacidad para crear valor para los clientes y relaciones con ellos” (KOTLER & ARMSTRONG, 2013, pág. 67).

El micro entorno se encuentra conformado por aquellas fuerzas sobre las cuales la empresa puede ejercer control como son proveedores, clientes, competencia e intermediarios, estos actores están relacionados directamente con el desempeño la microempresa por lo que esta puede manejar la relación que mantiene con dichas fuerzas con el fin de no afectar negativamente a su operatividad.

Tamaño óptimo

“El tamaño óptimo hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo” (MEZA, 2013, pág. 25)

Consiste en establecer la magnitud adecuada de la microempresa en cuanto a sus instalaciones, maquinaria y capacidad de producción con el fin de evitar la implementación de recursos innecesarios en su estructura. La determinación del tamaño óptimo dentro de la planificación de una empresa es aquella que define el nivel de aprovechamiento que se dará a los recursos ya que a más volumen de producción se logrará utilizar la capacidad total de operación permitiendo mantener sus costos, pero incrementar su eficiencia.

Maquinaria

“Son aparatos creados para aprovechar, regular y dirigir la acción de una fuerza” (CÓRDOVA, 2011, pág. 130).

La Maquinaria es el conjunto de elementos que conforman el aparato productivo de una empresa, mismas que con la intervención de la mano del hombre transforman materias primas en nuevos productos, el avance de la tecnología desarrolla cada día nuevos y mejores instrumentos de maquinaria que ayudan a incrementar los niveles de producción con menor esfuerzo físico.

La comprensión de este factor permitirá determinar la maquinaria adecuada que requerirá implementar la microempresa para su funcionamiento.

Sistema de producción

“Es el conjunto de elementos que están relacionados entre sí. Si alguno de ellos no cumple con su función para la que fue diseñado, afectara a todos los demás elementos del sistema, en menor o en mayor grado, y entonces fallara todo el sistema” (MARTINEZ, 2012, pág. 78).

En la industria el sistema de producción es la forma de operar para lograr obtener el producto esperado partiendo desde la planeación de funciones y asignación de responsabilidades para conseguir una ejecución efectiva que garantice la calidad del producto y del trabajo desempeñado. Al ser un proyecto de ámbito industrial la creación de la microempresa, el sistema de producción con el cual operará constituye la base y estructura de actuación de los recursos que permita alcanzar índices de eficiencia y eficacia.

Costos de producción

- **Materia prima**

“Constituyen todos los bienes, en estado natural y sobre los cuales se haya operado algún tipo de transformación, requeridos para la producción de un bien, que serán algo o muy diferentes al de los materiales utilizados”(ZAPATA, 2015, pág. 47).

La materia prima es el recurso principal con el que opera una empresa, esta puede encontrarse en su estado natural o semielaborado, en el proceso productivo de la industria la materia prima es adquirida con el propósito de darle una transformación que permita añadir un valor agregado y una nueva utilidad al bien transformado.

- **Mano de obra**

“Costo del esfuerzo físico e intelectual que realiza el ser humano, utilizando sus conocimientos, destreza, habilidades y experiencia con el objeto de transformar los materiales” (ZAPATA, 2015, pág. 70).

Es el recurso que requiere mayor atención ya que está constituida por seres humanos, quienes son los encargados de prestar sus conocimientos y destrezas en la ejecución de su trabajo a cambio de una remuneración. En el presente proyecto el conocimiento del costo de la mano de obra contribuirá a determinar el precio al cual será ofertado el bien, puesto que es indispensable la presencia de talento humano para el funcionamiento de la microempresa.

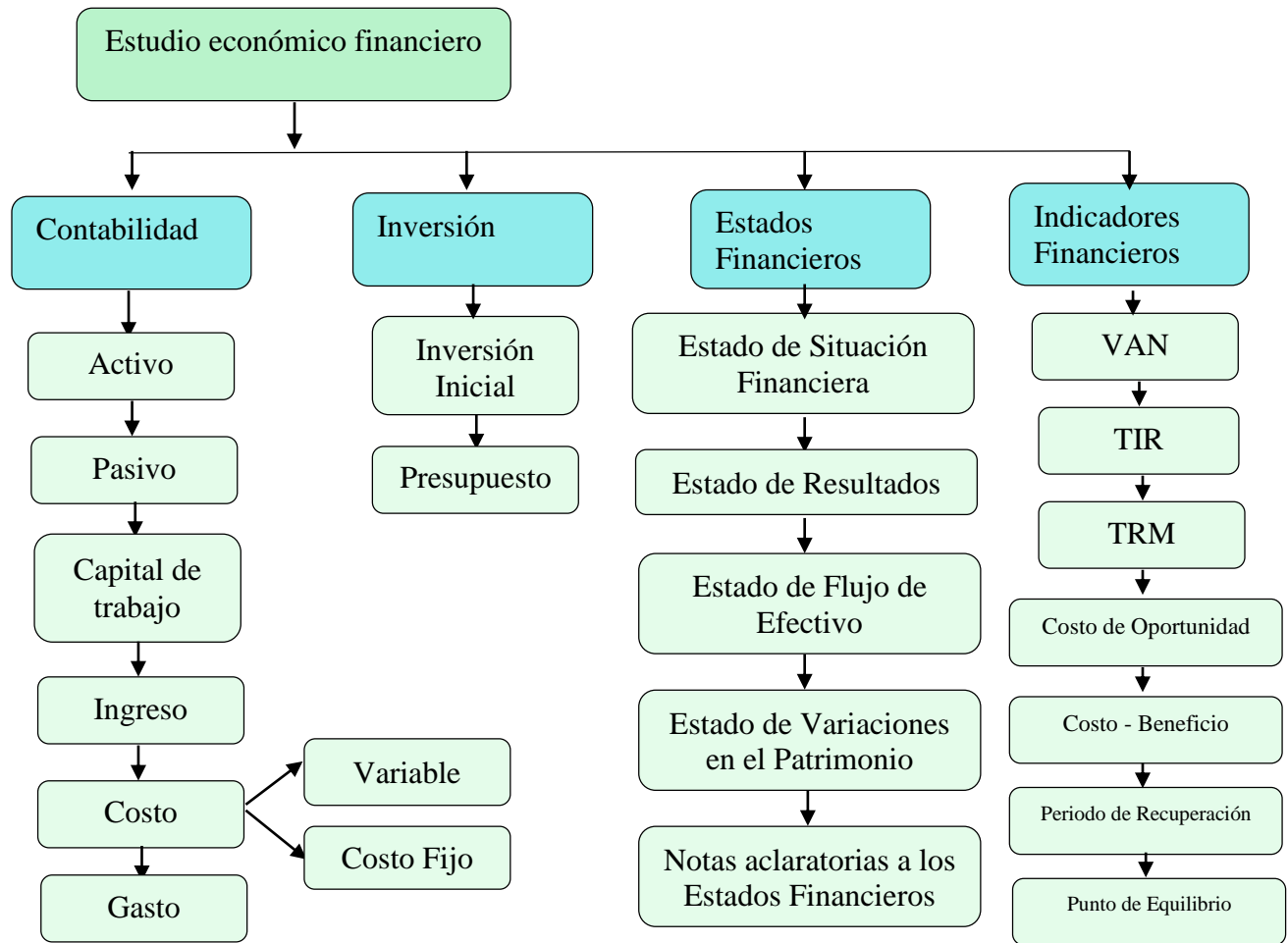
- **Costos indirectos de fabricación**

“Los costos indirectos son todos los costos de fábrica que no se pueden asociar directamente con el producto o es complejo asociarlos con presión, Los costos indirectos son asignados al producto por prorrateo a cada Orden de Producción” (RINCÓN & VILLAREAL, 2014, pág. 47).

Son costos pequeños que muestran cierta dificultad de identificación en la elaboración de un producto, su intervención es mínima dentro del proceso de producción por lo que al realizar ajustes en estos no se presenta mayor complejidad ya que todo variará en función del nivel de producción.

El conocimiento de estos tres elementos de la producción ayuda a que en el trascurso del desarrollo del proyecto se anticipe a asegurar su disponibilidad, ya que la ausencia de uno de ellos provocaría un estancamiento en la actividad económica.

2.7 Estudio económico financiero



Fuente: (ANZIL, 2012), (BRAVO,2011), (ANDRADE & GUAJARDO, 2014), (RINCÓN & VILLAREAL, 2014), (ZAPATA, 2015).
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

Estudio económico financiero

“El estudio financiero es una parte elemental de la evaluación de un proyecto de inversión.

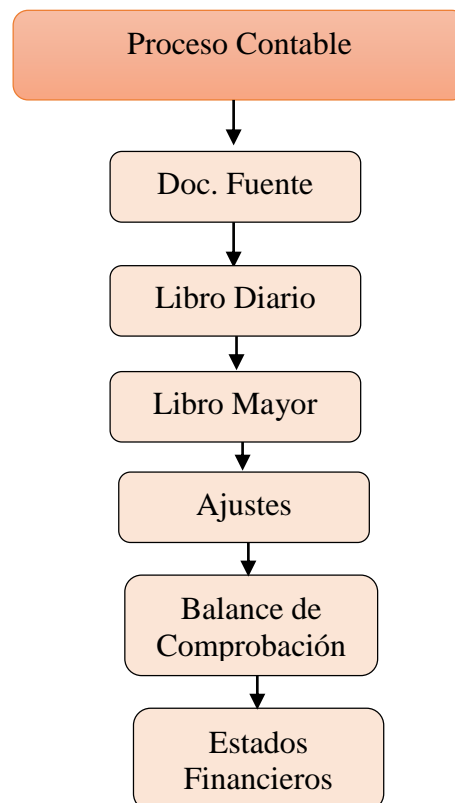
El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa”(ANZIL, 2012).

Consiste en la evaluación de la inversión, ingresos y egresos que se manejan para la operatividad de un negocio con el objeto de determinar su rentabilidad.

Contabilidad

“Ciencia y técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable” (BRAVO, 2011, pág. 1).

La contabilidad es una herramienta que permite el manejo adecuado y correcto de los movimientos económicos que se efectúan en un negocio con el fin de conocer si gana o pierde dentro de un lapso de tiempo determinado. En el presente proyecto la contabilidad nos permitirá determinar el beneficio que proporcionará la microempresa tras efectuar su actividad económica, su evolución en el tiempo tanto presente como futuro, y el manejo adecuado de los recursos y la información para la toma de decisiones claras y oportunas.



Fuente: BRAVO, 2011
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Activo

“Recurso económico propiedad de una entidad, que se espera rinda beneficios en el futuro” (ANDRADE & GUAJARDO, 2014, pág. 41).

Los activos son todos aquellos recursos de propiedad de la empresa, con los cuales se puede dar garantía de su buen estado ante sus obligaciones con terceros, cuanto una empresa más invierta en activos gozará de mayor solvencia para responder a su capacidad de endeudamiento, estos no constituyen la fuente directa de ingresos sino son los medios o herramientas con los que se da origen a dicha fuente.

Pasivo

“Representa lo que el negocio debe a otras personas o entidades conocidas como proveedores” (ANDRADE & GUAJARDO, 2014, pág. 42).

Son aquellas obligaciones contraídas como resultado de la adquisición de recursos para el funcionamiento de la empresa a las cuales deberá responder en un lapso de tiempo estipulado, la presencia de pasivos en un negocio no es un indicador de pérdida, estos también reflejan la relación que una empresa mantiene con terceros, poseer pasivos es un indicador de que se sacrificará los ingresos futuros provenientes de las ventas.

Para llevar un buen manejo de pasivos se debe conseguir que estos generen beneficios en el mismo tiempo para el que fueron otorgados con el propósito de que su propia operatividad permita cubrir la deuda contraída.

Capital de trabajo

“Es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes” (ARBOLEDA, 2013, pág. 264).

Muestra la capacidad que tiene la empresa para continuar operando una vez que a sus activos corrientes sean restados sus pasivos corrientes, a este excedente resultante de esta operación es lo que llamamos capital de trabajo el cual mide el nivel de solvencia y seguridad que posee la empresa en el corto plazo.

El manejo del capital de trabajo en el proyecto nos permitirá medir la capacidad de operación que la empresa mantendrá una vez cubiertas sus deudas contraídas para el corto plazo, lo cual ayudará a establecer la permanencia del negocio en el tiempo.

Ingreso

“Recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito” (ANDRADE & GUAJARDO, 2014, pág. 43).

El ingreso constituye la entrada de dinero que la empresa percibe por la venta de un bien o prestación de un servicio, la recaudación de este de forma permanente contribuye a la mejora y crecimiento de un negocio.

Además, mediante este factor se logra mantener con vida a un proyecto ya que con los ingresos que se percibe, se presenta la posibilidad de volverlos a invertir esperando una mayor producción y por lo tanto mayores ventas y mayores beneficios económicos a favor del inversionista.

Costo

“El costo es el mismo concepto de inversión, dado que, de todo costo proyectado, se espera beneficios presentes y/o futuros de otra manera no se realizaría el egreso” (RINCÓN & VILLAREAL, 2014, pág. 18).

Los costos son erogaciones de dinero incurridos en la adquisición de recursos para la producción de una empresa con el objeto de generar mayor competitividad esperando que en un futuro proporcionen una retribución y permitan su recuperación.

- **Costo variable**

“Son aquellos costos que incrementan o disminuyen en relación directa con la producción” (CALLEJA & CALLEJA, 2014, pág. 54).

El costo variable mantiene una relación directa con el nivel producción de la empresa, ya que a mayor producción mayor será su costo total variable de adquisición de recursos pero este no afectará el costo por unidad.

- **Costos fijos**

“Son las inversiones que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción” (RINCÓN & VILLAREAL, 2014, pág. 38).

Los costos fijos se mantienen constantes aun cuando la producción disminuya o incremente ya que no se encuentran directamente vinculados con el nivel de producción por lo que se mantienen fijos ante cualquier variación.

Gasto

“Activos que se han usado o consumido en el negocio para obtener ingresos y que disminuyen el capital de la empresa” (ANDRADE & GUAJARDO, 2014, pág. 43).

Un gasto constituye una erogación de recursos que se incurre en acciones destinadas a la transferencia de un bien o servicio hasta el consumidor, con el objetivo de facilitar su adquisición. Este desembolso afecta directamente al precio de venta del bien o servicio.

Inversión

“Es el consumo de un bien o derecho que se destina a una actividad específica con la esperanza de obtener beneficios presentes o futuros” (RINCÓN & VILLAREAL, 2014, pág. 21).

- **Inversión inicial**

“Trata de fijar los recursos materiales necesarios para el inicio de la actividad empresarial, comúnmente son la ubicación física y los equipos para la producción” (RIOS, 2015, pág. 80).

La inversión es el primer recurso que interviene para la puesta en marcha de un proyecto, esta no únicamente es dinero también puede estar conformada por bienes útiles para su funcionalidad.

Para llevar a cabo la inversión en un proyecto se debe planificar con anterioridad el destino de esta, generalmente está ligada a la adquisición de activos fijos con el objeto de que en un futuro estos conciban beneficios, así como también una vez que esta haya sido utilizada se debe definir

cuáles serán las fuentes de ingreso que permitirán su recuperación y el alcance los objetivos propuestos.

Presupuesto

“Los presupuestos no son solo simples estimaciones, su implantación requiere el estudio minucioso sobre las bases científicas de las operaciones pasadas de la compañía en que desea implantarse, el conocimiento de otras empresas similares y del propósito de las operaciones futuras, de acuerdo con la planificación, la coordinación y el control”(ARAUJO, 2012, pág. 23).

Consiste en una estimación anticipada de los ingresos y gastos que se efectuarán durante un periodo determinado en base a datos históricos o a operaciones de negocios similares, en el presente proyecto el presupuesto nos permitirá determinar la cantidad de recursos monetarios que se requerirá para mantener la operatividad de la microempresa.

Estados Financieros

“Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, tienen por objeto proporcionar información relevante y consolidada sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”(ZAPATA, 2015, pág. 26).

Los Estados Financieros son reportes de información que reflejan la situación actual en la que se encuentra una empresa al cierre de un periodo económico, estos deben ser presentados a los organismos de control en el primer cuatrimestre de cada año, en el caso de Ecuador serán presentados a la Superintendencia de compañías.

En el proyecto la preparación de los estados financieros nos permitirá conocer la situación económica que reflejará la puesta en marcha del mismo, ayudándonos a visualizar el comportamiento de la operatividad durante un periodo determinado.

- **Estado de situación financiera**

“Integra la situación económica y financiera de la empresa a una fecha dada. La situación financiera se refiere a la capacidad de pago de las deudas contraídas y a la forma de invertir en activos los recursos propios (patrimonio) y los recursos ajenos (pasivos)”(ZAPATA, 2015, pág. 28).

Es el estado que permite la correcta toma de decisiones por parte de los funcionarios de una empresa ya que en su contenido reflejan los resultados de todas las actividades efectuadas en el transcurso del periodo económico, así también permite evaluar el desempeño de la misma en cuanto al manejo de sus recursos.

- **Estado de resultados Integrales**

“Este informe mide la utilidad de la gestión y se prepara a partir de la información obtenida del Estado de costos de productos vendidos que se complementan con las ventas y gastos del periodo” (ZAPATA, 2015, pág. 28).

Es el estado que permite determinar la utilidad real que obtiene un negocio presentando un detalle de los ingresos obtenidos menos los costos y gastos de producción y venta incurridos, adheridos los impuestos y obligaciones con sus trabajadores, brindando una visión amplia del comportamiento de los recursos propios.

- **Estado de flujo de efectivo**

“Informe que desglosa los cambios en la situación financiera de un periodo a otro e incluye las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta partida”(ANDRADE & GUAJARDO, 2014, pág. 49).

Constituye la base de dinero en efectivo sobre la cual el empresario toma la decisión a futuro de buscar financiamiento que ayude a cubrir un posible déficit o aprovechar la presencia de un excedente en los ingresos que den oportunidad a la opción de una nueva inversión.

- **Estado de variación de patrimonio**

“El Estado de cambios en el patrimonio neto, informará de los cambios en composición y cuantía, habidos dentro del patrimonio neto”(ARNAS, 2014).

Indica las variaciones que se presentan en las cuentas que integran el patrimonio, ya sea un aumento de capital o nuevas disposiciones reglamentarias impuestas por los socios de la empresa.

- **Notas aclaratorias a los Estados Financieros**

Son explicaciones que amplían la información sobre datos y cifras que afectan a los estados financieros ya sea por políticas internas o cambios de un periodo a otro de tal manera que permitan una comprensión clara de contenido de los mismos.

Indicadores financieros

- **Valor Actual Neto (VAN)**

“Es el valor que tiene actualmente la suma de una serie monetaria futura”(BAHILLO, ESCRIBANO, & PÉREZ, 2013, pág. 54).

Este indicador ayuda a traer un valor futuro al presente, permitiendo visualizar su rendimiento una vez descontada la inversión inicial, es un instrumento de evaluación que trabaja con los flujos de caja tomando en cuenta el valor del dinero en el tiempo. Si el cálculo del VAN es positivo la inversión debe ser aceptada, de resultar lo contrario esta debe ser rechazada ya que el proyecto no generará beneficios sino por el contrario incurriría en pérdidas.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

“Se define como la tasa de interés que iguala la inversión con el valor presente de los futuros ingresos de caja” (CALLEJA & CALLEJA, 2014, pág. 274).

Nos permite determinar la posibilidad de reinvertir los flujos excedentes que han generado los capitales del proyecto durante un periodo determinado, es una herramienta que ayuda a identificar la viabilidad y conveniencia entre un proyecto u otro.

- **Costo de oportunidad**

“Es aquello que ha dejado de ganarse al tomar una decisión entre proyectos mutuamente excluyentes, la opción perdida o rechazada que nos es imposible elegir al mismo tiempo que otra más productiva” (CALLEJA & CALLEJA, 2014, pág. 119).

Es el valor que se deja de percibir al invertir en uno u otro proyecto, acompañado de la posibilidad de obtener mayores beneficios en función de la decisión acertada, adherido a este costo también se encuentra la presencia del riesgo, ya que a mayores beneficios el nivel de riesgo al que se expone la inversión es más alto o viceversa.

- **Costo – Beneficio**

“La relación beneficio- costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión” (CHAIN, 2011, pág. 307).

Es un indicador de evaluación que nos muestra el valor de la inversión, si el beneficio que se obtiene es mayor que el valor del costo que se invierte es conveniente llevar a cabo el proyecto ya que se obtendrá un margen de utilidad a favor del propietario lo que permitirá que el negocio permanezca en el tiempo.

- **Tasa de rendimiento medio (TRM)**

Representa la rentabilidad promedio que ofrece la inversión del proyecto, depende directamente de la eficiencia y eficacia de las operaciones, así como de los recursos disponibles.

- **Período de recuperación de la inversión**

“El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado” (CHAIN, 2011, pág. 306).

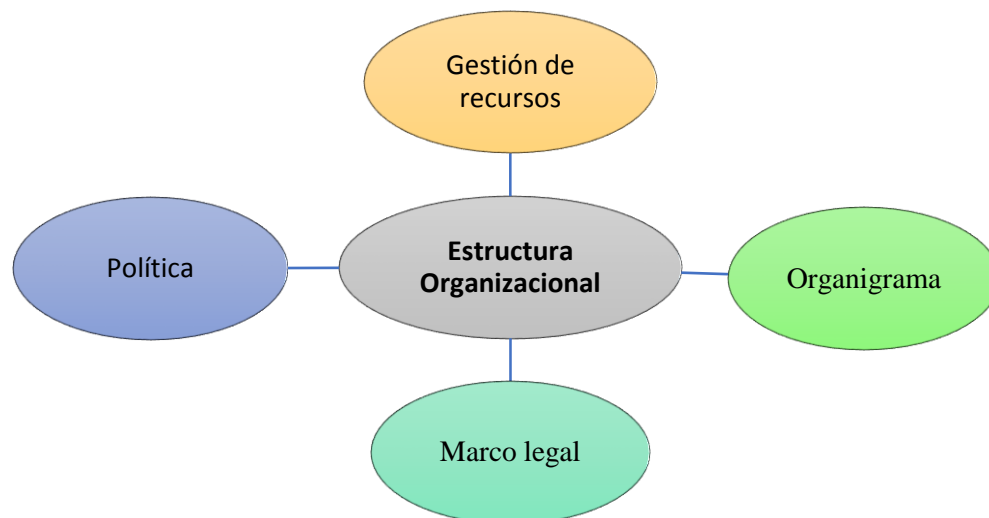
Permite determinar el lapso de tiempo en el cual se recuperará la inversión inicial efectuada para la puesta en marcha del proyecto, la recuperación de este monto radica en el desarrollo y desempeño favorable que presente la actividad del mismo.

- **Punto de equilibrio**

“es el umbral entre el éxito y el fracaso económico, con este dato se podrá establecer la factibilidad de mantener o modificar las variables que intervienen en su relación comercial, esto es el precio de venta, volumen, costo y utilidad”(ZAPATA, 2015, pág. 23).

Este indicador determina el factor estándar de producción que debe manejar una empresa, de tal forma que no gane ni pierda, es decir sus ingresos cubren sus gastos generando estabilidad, pero no ganancias, mediante la aplicación de estos instrumentos se determinará la factibilidad y la situación en la que se desenvolverá el presente proyecto.

2.8 Estructura organizacional



Fuente: (BENJAMÍN & FINCOWSKY, 2014), (CRUZ, 2012), (OROZCO, 2011)
Elaborado por: La Autora
Año:2016

Estructura Organizacional

“La estructura organizacional de una empresa u otro tipo de organización, es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común” (Enciclopedia Financiera, 2016).

Define la forma de organización y distribución de los recursos de una empresa, actúa como una guía para su adecuada administración permitiéndole operar de forma eficiente, evitando gastos innecesarios.

Gestión de recursos

“Forma de asignar los recursos de acuerdo a su disponibilidad, competencias y condiciones de higiene y seguridad, que implica garantizar la adecuación de las condiciones, los espacios, el mobiliario y el equipo, y los servicios de apoyo necesarios para el logro de los objetivos de calidad”(BENJAMÍN & FINCOWSKY, 2014, pág. 209).

Es el manejo eficiente y eficaz de los recursos que dispone una empresa con la finalidad de aprovechar sus competencias, habilidades y condiciones en el desempeño de su labor, brindando seguridad y apoyo para el logro de los objetivos propuestos. En el presente proyecto el conocimiento de la gestión de los recursos nos permitirá el manejo adecuado de estos, evitando incurrir en gastos innecesarios o provocando desperdicios de factores que puedan ser aprovechados para el desarrollo y progreso del negocio.

Organigrama

“Es una representación gráfica que expresa la estructura jerárquica e interrelación de las distintas áreas o elementos que componen una organización”(CRUZ, 2012).

Técnica grafica en la cual se representa la distribución de los departamentos de una empresa, así como el personal a cargo y las responsabilidades designadas, es una visión resumida de la compostura interna de la organización. Para la constitución de la nueva empresa esta herramienta es de gran importancia ya que mediante ella se puede delimitar las funciones y responsabilidades que se manejaran durante de funcionamiento evitando inconvenientes entre el personal y los organismos involucrados.

Marco legal

“Proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y la naturaleza de su participación”(<http://aceproject.org/main/espanol/ei/eic.htm>, 2016).

Constituye los lineamientos en los cuales una empresa debe fundamentarse y ampararse para su identificación y buen funcionamiento de tal manera que no atente contra las leyes establecidas. La creación de la presente microempresa se ampara en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria misma que señala:

“Art. 73.-Unidades Económicas. – Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del ciudadano, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad”(Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

“Art. 75.-Emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos. -son personas o grupos de personas que realizan actividades de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generaran trabajo y empleo entre sus integrantes”(Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

Los pequeños negocios son aquellos denominados emprendimientos quienes en su mayoría están integrados por miembros de la familia o allegados, generando fuentes de ingresos para la subsistencia y la mejora de la calidad de vida, por su forma de constitución estos negocios se encuentran amparados por esta ley y por ende por los organismos encargados del manejo del sistema de economía popular y solidaria.

Política

“La política es la forma ideológica que centra el poder a un grupo de personas que lideran y velan por las garantías de una población”(OROZCO, 2011)

La política es una norma o regla que se establece en función del ambiente y las condiciones en las cuales opera una empresa con el fin de regular el comportamiento de los recursos disponibles en la misma, esta debe ser clara de tal forma que sea entendida y divulgada por todos los involucrados para el desarrollo y avance de los objetivos planteados.

2.9 Evaluación de impactos

“Las evaluaciones de impacto permiten medir, mediante el uso de metodologías rigurosas, los efectos que un programa pueda tener sobre su población beneficiaria y conocer si dichos efectos son en realidad atribuibles a su intervención”(CONEVAL, 2016).

Mediante la evaluación de impactos se puede determinar aquellos efectos positivos o negativos que se presentan como resultado de la implantación del nuevo negocio conjuntamente con la intervención del ser humano, las acciones favorables o desfavorables que se puedan ocasionar en el entorno y la sociedad, a través de la evaluación de impactos se logra obtener información relevante que ayuda a la toma de decisiones y acciones preventivas o correctivas.

Análisis del capítulo

La información detallada constituye la base teórica – científica sobre la cual se desarrollará el presente proyecto, indicada con la finalidad de mostrar un conocimiento previo de los términos generales que serán utilizados más adelante desde una perspectiva global que permite la comprensión clara de los temas a ser analizados.

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

3.1 Introducción

El estudio de mercado es la investigación que permite examinar la viabilidad de un proyecto, a través de la recolección de información relevante mediante la aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas obtenidas de fuentes primarias y secundarias con instrumentos como encuestas, entrevistas u observaciones directas a los posibles clientes, competidores y proveedores, facultando llevar a cabo el análisis del comportamiento real del mercado, mismo que nos ayuda a identificar la oportunidad de una nueva inversión, segmentar el nicho de mercado, conocer las características que debe poseer el producto a ser ofertado para que cumpla con las expectativas esperadas por el cliente, estudiar la competencia y determinar las estrategias a ser utilizadas para introducir el bien al mercado consiguiendo su permanencia en la demanda de los consumidores.

Además, con esta investigación también podemos entender el proceder de los consumidores y oferentes, elementos indispensables en el proceso de compra o venta, acción que permite preparar a la microempresa para superar sus debilidades y afrontar la posible presencia de amenazas que supongan riesgo para su buen funcionamiento, incrementando la posibilidad de éxito en su desarrollo.

A continuación, se analizarán variables como: Producto, oferta, demanda. Precio, publicidad, promoción y canales de distribución que contribuirán a determinar la pre-factibilidad del proyecto generando una idea clara de cómo será la aceptación del producto en el mercado.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general

Efectuar el estudio de mercado mediante el análisis e identificación de la oferta, demanda, producto, precio, promoción y publicidad con la finalidad de encontrar el nivel de demanda insatisfecha y las características de los productos que exigen los clientes.

3.2.2 Objetivos específicos

Analizar el grado de aceptación y características específicas del producto que requiere el mercado.

Estudiar el comportamiento de los oferentes de ropa de tipo formal y sus complementos.

Determinar y Analizar el nivel de producción que exigirá la demanda.

Evaluar la fijación de precios en función a los de la competencia y los costes de producción y comercialización.

Determinar los canales de distribución para la comercialización del producto.

Definir los medios publicitarios y promocionales que darán a conocer el bien a los clientes.

3.3 Matriz de variables de estudio de mercado

Cuadro N° 6: Matriz de variables de estudio de mercado

Objetivo	Variables	Indicadores	Instrumentos	Fuente
Analizar el grado de aceptación y características específicas del producto que requiere el mercado.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de aceptación • Características • Productos complementarios 	Encuesta	Primaria
Estudiar el comportamiento de los oferentes de ropa de tipo formal y sus complementos.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Negocios similares • Análisis de la competencia 	Encuesta Entrevista	Primaria
Determinar y cuantificar el nivel de producción que exigirá la demanda.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Periodicidad de adquisición • Preferencias de clientes • Mercado Meta • Demanda insatisfecha 	Encuesta	Primaria
Evaluar la fijación de precios en función a los de la competencia y los costes de producción y comercialización.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Componentes de fijación de precio • Precios de la competencia 	Encuesta Entrevista	Primaria
Determinar los canales de distribución para la comercialización del producto.	Canales de Distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de Comercialización • Actores de transferencia de bienes 	Encuesta Entrevista	Primaria
Definir los medios publicitarios y promocionales que darán a conocer el bien a los clientes.	Promoción y Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de Marketing • Medios de comunicación 	Encuesta	Primaria

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora
Año: 2016

3.4 Identificación del producto

El vestuario formal, forma parte del guardarropa de damas, caballeros y niños, esencial para ser usado en aquellas ocasiones especiales que requieren reflejar y mantener la elegancia, estilo y profesionalismo de quien los usa.

Los atuendos formales producidos en la microempresa serán prendas diseñadas, adaptadas y estilizadas a la contextura ideal del cliente todo dependerá de si su gusto es personalizado o se inclina hacia modelos estándar previamente elaborados; como materia prima principal para la elaboración de estas prendas se utilizará telas que garanticen el confort y la satisfacción como: gabardina, poliéster, casimir, paño y stretch mismas que por su textura permiten mantener una mayor rigidez una vez procesadas, así como también consienten gozar de acabados de calidad imprescriptibles debido a la delicadeza y nitidez que exige el contexto de la prenda. En cuanto a diseños y colores de esta gama de prendas se ajustarán al gusto y preferencia del cliente brindándole la libertad de elección del buen vestir, sin dejar de lado el entrelazamiento con la vanguardia de la moda actual.

3.4.1 Características

- Las prendas elaboradas en la microempresa se encontrarán dirigidas al público en general.
- Serán elaboradas en materiales que permitan mantener y resaltar la elegancia y comodidad.
- Su presentación se hallará en tallas estándar como pequeña (S), medio (M) y grande (L), además de diseños personalizados al gusto del cliente.
- Se ofertará diversidad de prendas para el género masculino y femenino.

3.4.2 Ventajas

- Facilidad para la adquisición de las prendas ya que se comercializarán dentro de la localidad.
- Disponibilidad inmediata para la producción de diseños personalizados.
- Asesoramiento del vestuario por personal especializado en el segmento de ventas.

3.5 Segmentación del mercado

Es el proceso que faculta la agrupación de personas con características similares o intereses comunes con el fin de conformar grupos pequeños y homogéneos que permitan analizar su comportamiento frente a la necesidad o deseo de consumo de un bien.

3.5.1 Variables de segmentación

Para la segmentación del mercado al que se dirigirá el producto se consideró las siguientes variables:

- **Sexo.** - Masculino y femenino
- **Edad.** - se consideró a las personas mayores de 15 años ya que son aquellas que se encuentran en edad de trabajar y disponen de recursos económicos para llevar a cabo un proceso de compra.
- **Población económicamente activa.** – En este factor se tomó en cuenta a las personas que a consecuencia del desempeño laboral reciben una retribución económica, considerados como aquellos que disponen de capacidad económica que permita llevar a cabo el proceso de comercialización.

- **Condiciones demográficas.** - La influencia de la moda, el profesionalismo y el cambio de cultura son aspectos que permiten identificar y segregar los posibles clientes del producto.

A través del análisis de las variables antes mencionadas se determina que el segmento del mercado al cual se ofertará las prendas de vestir de tipo formal lo conformarán las personas mayores de 15 años de los dos sexos, poseedores de recursos económicos que permitan llevar a cabo la acción de comercialización.

3.5.2 Mercado meta

El mercado meta al cual se encuentra dirigido el producto (Prendas de vestir de tipo formal), son todas las personas pertenecientes a la PEA de Atuntaqui, considerando la tasa de desempleo del 5,2% (INEC,2016) y sus visitantes que gusten del vestir formal dentro del ámbito profesional y social.

3.6 Cálculo de la muestra

Para llevar a cabo la identificación del valor de la muestra se ubica como referente el número de personas que conforman la PEA de la ciudad de Atuntaqui, tomando en cuenta la tasa de desempleo del 5,2% a septiembre del 2016 según datos del INEC, valores que se sujetan al cálculo estadístico del muestreo probabilístico, permitiendo determinar el valor adecuado y representativo de personas a ser investigadas con el propósito de evaluar el comportamiento general de los habitantes.

Tamaño de la población = PEA - % desempleo

Tamaño de la población = $10.673 - (10.673 * 5.2\%)$

Tamaño de la población = 10.118 personas

3.6.1 Formula

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Simbología

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

σ = Desviación estándar

Z= Nivel de confianza

e = Error muestral

Datos

- **n**= ?
- **N**= 10.118
- **σ** = 0.5²
- **Z**= 95%, 1.96
- **e** = 5%

$$n = \frac{(10.118)(0.25)(1.96)^2}{((10.118-1)(0.05)(0.05) + (0.25)(1.96)^2)}$$

n = 370 encuestas

Para la investigación de campo del presente proyecto se efectuarán 370 encuestas a los habitantes de la ciudad de Atuntaqui, con el fin de recolectar información que permita llevar a cabo el análisis de las variables que definen el estudio de mercado.

3.7 Tabulación y Análisis de la información

3.7.1 Encuestas aplicadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

A continuación, se exponen los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas, con su respectiva representación y análisis.

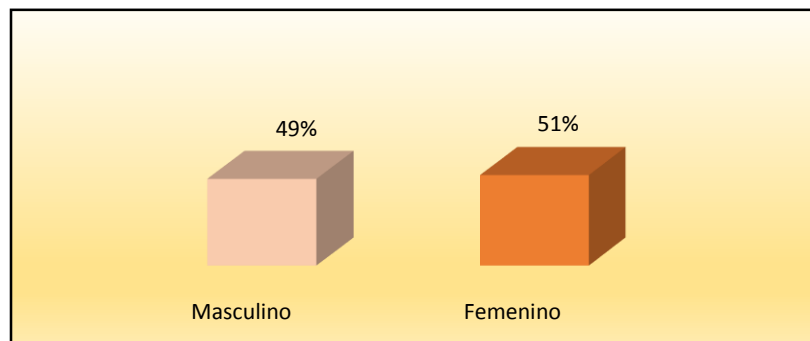
Datos Generales 1

Tabla N° 5: Sexo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	181	49%
Femenino	189	51%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 1: Sexo



Fuente: Tabla N° 5 - Sexo
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis:

La mayoría de la población económicamente activa de la ciudad de Atuntaqui pertenece al sexo femenino, así como también un alto porcentaje al sexo masculino, aspecto que permite determinar que la microempresa podrá producir ropa formal tanto para damas como para caballeros puesto que la población mantiene una equivalencia aproximadamente paralela en los dos géneros.

Datos Generales 2

Tabla N° 6: Edad

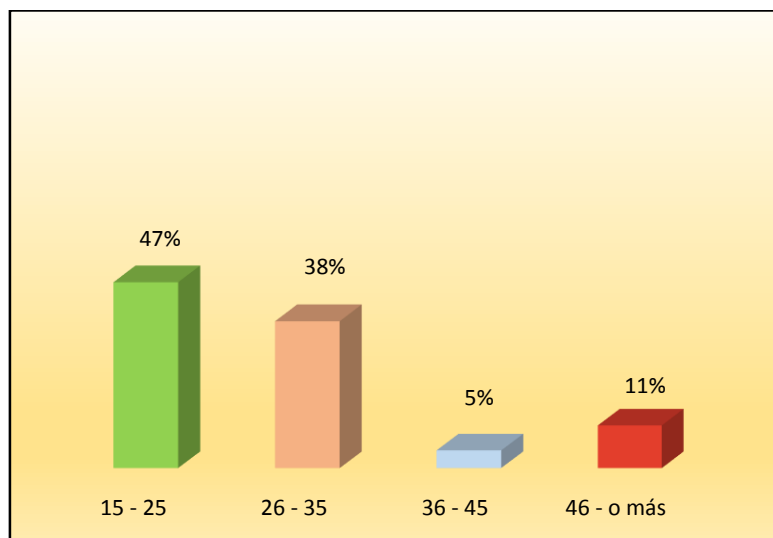
Variable	Frecuencia	Porcentaje
15 – 25	175	47%
26 – 35	139	38%
36 – 45	17	5%
46 - o más	39	11%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Gráfico N° 2: Edad



Fuente: Tabla N° 6- Edad

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis:

Un alto número de la PEA de la ciudad se encuentra entre los 15 a 35 años favorecida por la inclusión al sector laboral a temprana edad, por lo que para la elaboración del producto a ofertarse los diseños tendrán mayor énfasis a las preferencias de este grupo de personas a quienes se las considera como el mercado meta de los productos.

1.- ¿Cuándo adquiere prendas de vestir que aspecto cautiva su atención?

Tabla N° 7: Característica que cautiva la atención del cliente

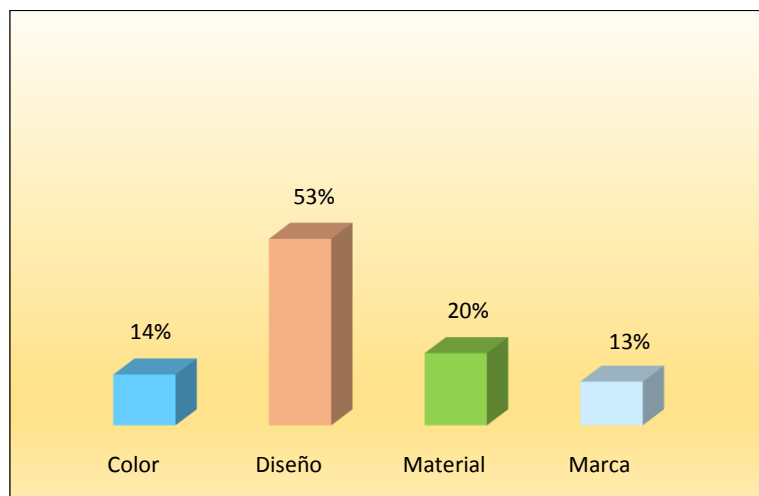
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Color	57	14%
Diseño	208	53%
Material	81	20%
Marca	50	12%
Total	396	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Gráfico N° 3: Característica que cautiva la atención del cliente



Fuente: Tabla N° 7 – característica que cautiva la atención del cliente

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis:

La mayor parte de las personas establece que al adquirir una prenda de vestir su principal atractivo es el diseño, seguido por el tipo de material en el que se encuentran elaboradas y otorgándole menor prioridad al color y la marca, este factor permite generar una idea clara de las preferencias e inclinaciones del consumidor para concretar el proceso de compra por lo que se direccionará la producción a modelos acorde a la moda actual que permitan su demanda frecuente en el mercado.

2.- ¿En qué lugares prefiere comprar prendas de vestir?

Tabla N° 8: Lugares de comercialización

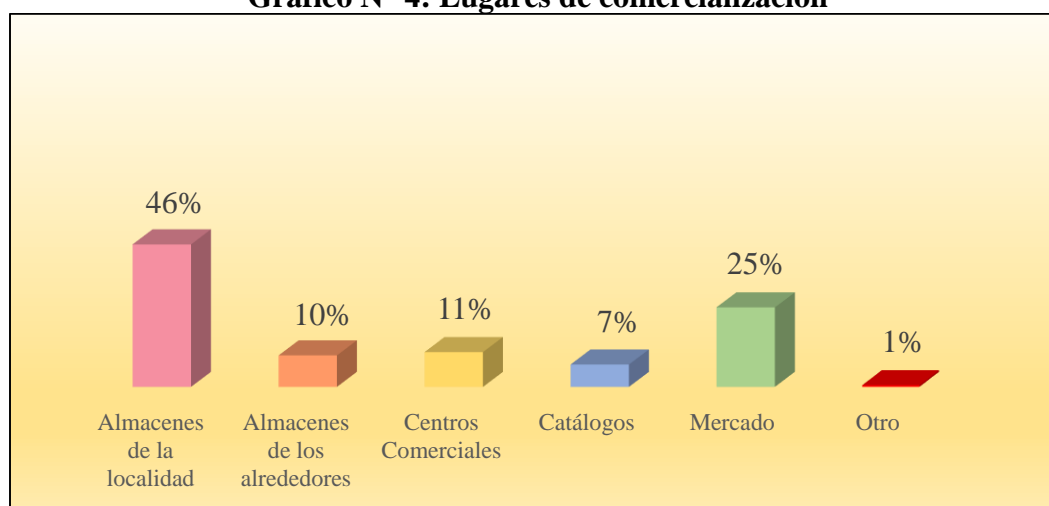
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Almacenes de la localidad	170	46%
Almacenes de los alrededores	37	10%
Centros Comerciales	41	11%
Catálogos	26	7%
Mercado	94	25%
Otro	2	1%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Gráfico N° 4: Lugares de comercialización



Fuente: Tabla N° 8 – Lugares de comercialización

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis:

Los lugares a los que recurren con mayor frecuencia las personas para la adquisición de prendas de vestir son los almacenes de la localidad, sin embargo también mencionaron que un lugar estratégico para la venta en el sector de Atuntaqui lo constituye el mercado por ser el espacio físico que atrae gran aglomeración de gente por sus ferias, esta información permite establecer el lugar adecuado de ubicación de la microempresa que permita captar clientes.

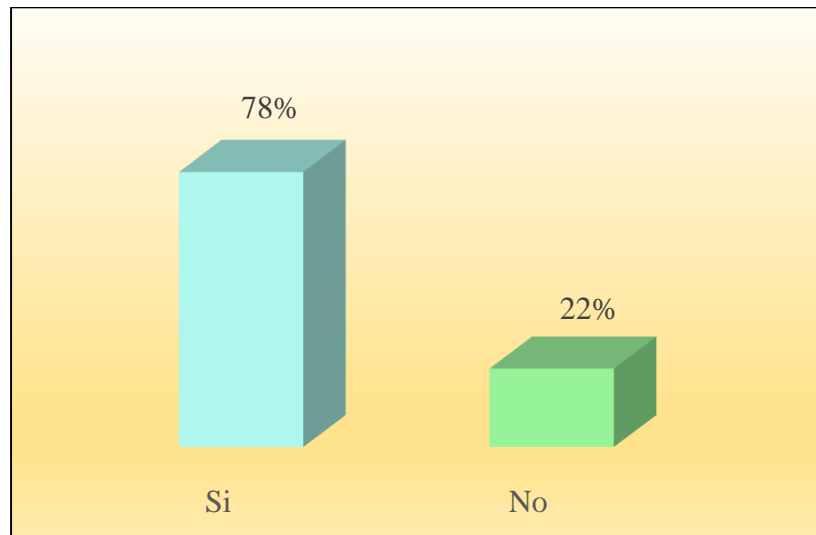
3.- ¿Usted ha adquirido prendas de vestir de tipo formal?

Tabla N° 9: Demanda histórica

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	78%
No	82	22%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 5: Demanda Histórica



Fuente: Tabla N° 9 – Demanda histórica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis:

Gran parte de la población ha adquirido ropa de tipo formal lo que permite determinar que a la actualidad se cuenta con consumidores que volverán a llevar a cabo esta acción de adquisición generando la posibilidad de demanda de la ropa que se pretende producir, tomando en cuenta las características requeridas por los posibles clientes.

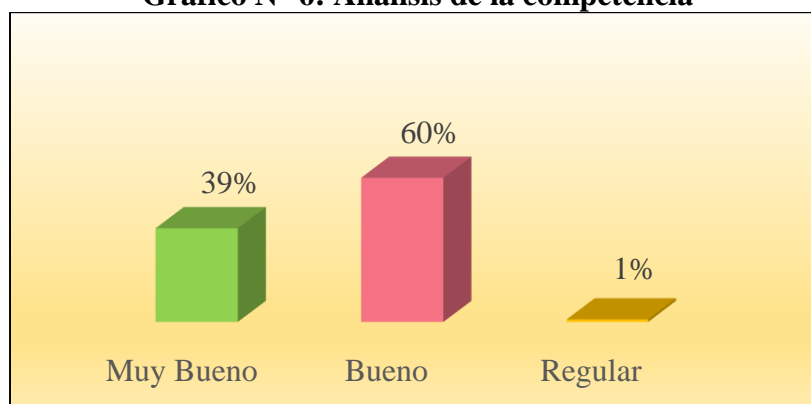
4.- ¿En qué grado calificaría Ud. la satisfacción que le ha brindado la adquisición de estas prendas?

Tabla N° 10 : Análisis de la competencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	144	39%
Bueno	222	60%
Regular	4	1%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 6: Análisis de la competencia



Fuente: Tabla N° 10 – Análisis de la competencia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis:

Un alto grado de la población califica a las prendas formales adquiridas como buenas ya que no han logrado cubrir por completo sus expectativas por cuanto estas generalmente son adquiridas en tallas estándar que no siempre se adaptan por completo a la contextura de quien las usa, así también en menor grado la población expresa que su satisfacción tras adquirir este producto si fue placentera ya que se obtuvo lo que el cliente esperaba. Tras este análisis del nivel de satisfacción del cliente la microempresa trabajará en lo posible con medidas personalizadas a excepción de que el demandante exprese lo contrario, de ser el caso se ofrecerá el servicio adicional de costura para definir detalles como ancho, altura o lo que el cliente requiera.

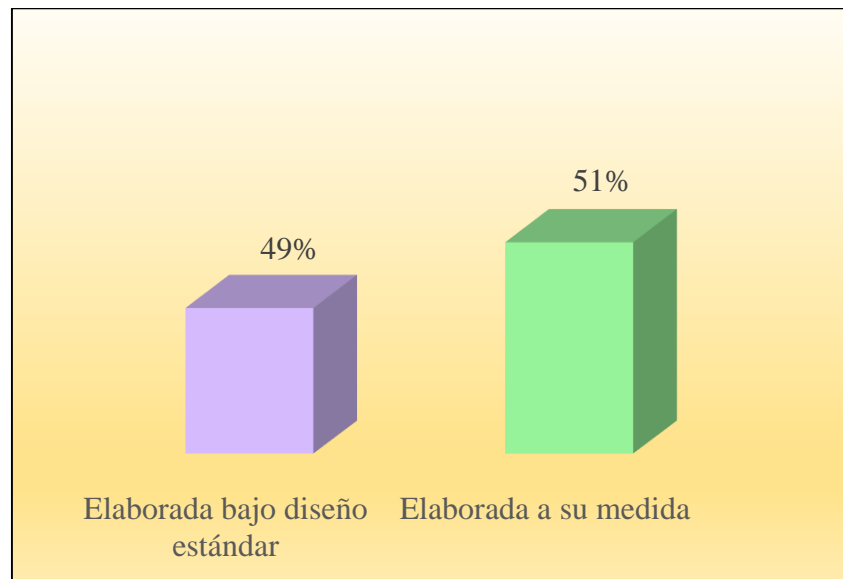
5.- Al momento de comprar ropa formal, prefiere que sea:

Tabla N° 11: Preferencias del cliente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Elaborada bajo diseño estándar	181	49%
Elaborada a su medida	189	51%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 7: Preferencias del cliente



Fuente: Tabla N° 11 – Preferencias del cliente
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis:

Como argumento complementario a la anterior pregunta expuesta la población ratifica que la conformidad y tranquilidad de un cliente se la puede generar a través de la fabricación de prendas de vestir elaboradas de manera personalizada, así como también en una medida estándar lo cual no afecta su grado de satisfacción por lo que esto no es inconveniente para lucir bien y elegante cuando así lo requería la ocasión.

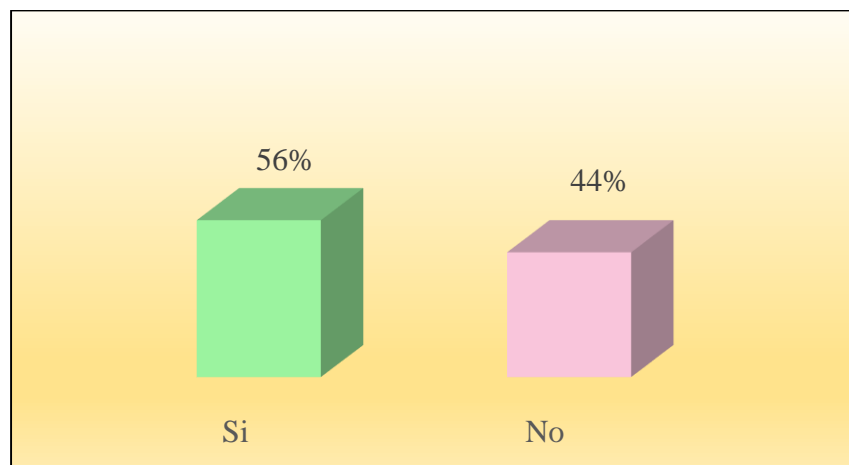
6.- ¿Conoce Ud. algún local comercial en Atuntaqui que se dedique a la producción y venta de ropa formal?

Tabla N° 12: Negocios Similares

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	207	56%
No	163	44%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 8: Negocios Similares



Fuente: Tabla N° 12 – Negocios similares
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis:

La población encuestada de la ciudad de Atuntaqui manifiesta que si conoce acerca de la existencia de un local de producción y venta de ropa formal dentro de los cuales coincidieron en mencionar a la Sastrería Bruneli, pequeño negocio dedicado a la producción exclusiva de ternos formales y Tejidos Pamela negocio comercializador de todo tipo de prendas de vestir incluido en menor escala las de tipo formal, con estos datos se puede identificar los principales competidores directo e indirecto del proyecto.

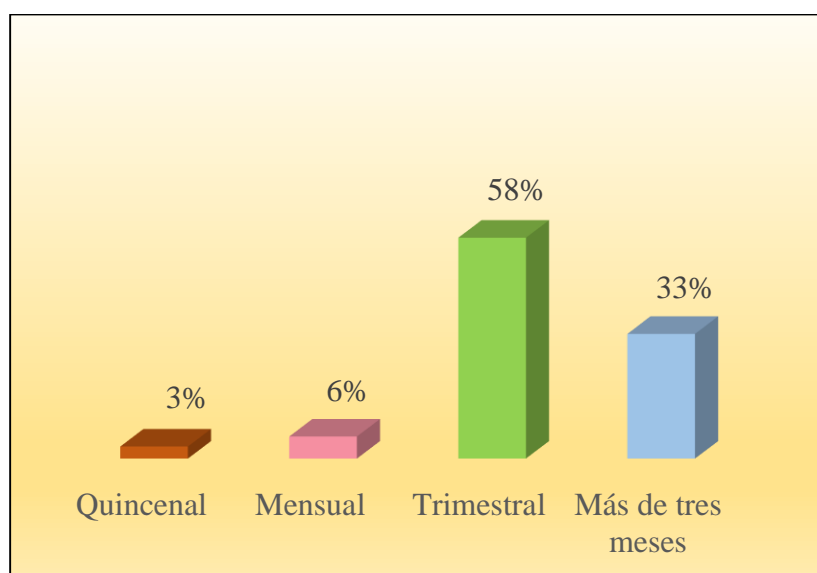
7.- ¿Con qué frecuencia adquiere este tipo de prendas?

Tabla N° 13: Periodicidad de adquisición

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Quincenal	11	3%
Mensual	21	6%
Trimestral	216	58%
Más de tres meses	122	33%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 9: Periodicidad de adquisición



Fuente: Tabla N° 13 – periodicidad de adquisición
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis:

La frecuencia de compra de los consumidores de este tipo de prendas de vestir se ubica entre un lapso de tiempo trimestral manifiestan que son adquiridas necesariamente para aquellas ocasiones especiales donde por su acto de formalidad es obligatorio lucirlas, estos datos nos permiten establecer la posible demanda del producto que presenta el mercado y la frecuencia que requiere para ser cubierta.

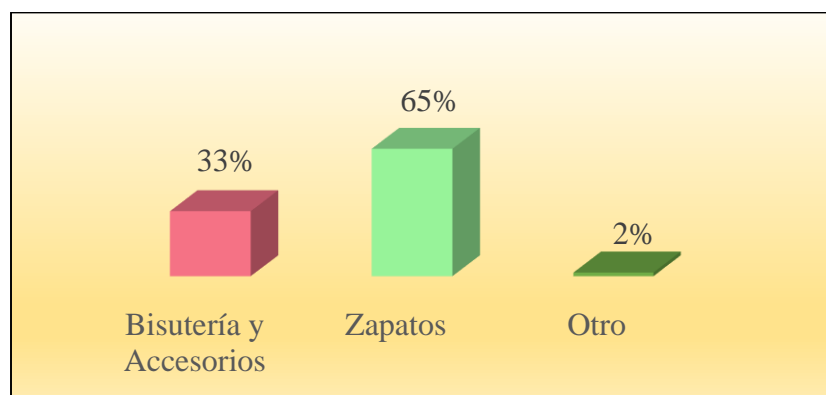
8.- ¿Con que suele acompañar el vestuario formal?

Tabla N° 14: Productos complementarios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bisutería y Accesorios	123	33%
Zapatos	241	65%
Otro	6	2%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 10: Productos complementarios



Fuente: Tabla N° 14 – Productos complementarios
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis:

La población indica que el complemento principal para el vestuario formal está conformado por los zapatos, en el caso de los caballeros sus preferencias son en color negro y café mientras que por parte de las damas gustan poder encontrarlos en la mayor gama de colores posibles y que se encuentren acorde con la moda actual, así también el segmento femenino mencionó que la bisutería es el complemento ideal para lucir todo tipo de prendas de vestir mientras que los caballeros no lo consideran como algo prioritario, pero si necesario por lo que la microempresa también optará por disponer de estos productos en sus instalaciones de tal manera que el cliente pueda encontrar todo cuanto requiere en un solo lugar.

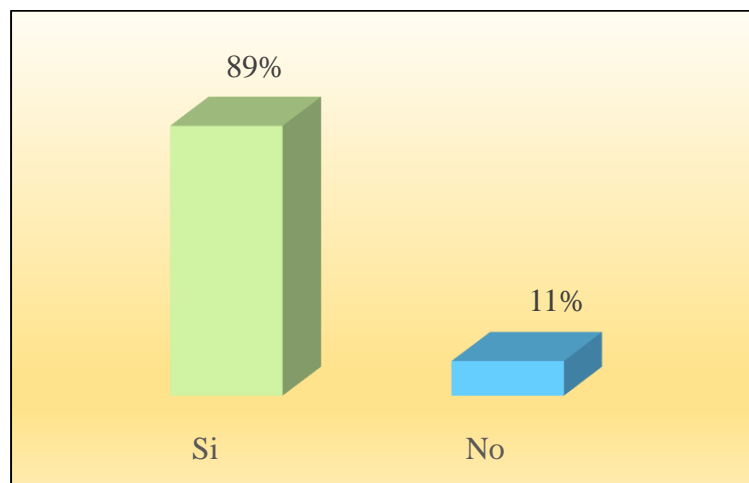
9.- ¿Le gustaría que en la ciudad de Atuntaqui exista una microempresa de diseño, producción y comercialización de ropa formal?

Tabla N° 15: Grado de aceptación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	331	89%
No	39	11%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 11: Grado de aceptación



Fuente: Tabla N° 15 – Grado de aceptación
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis:

Gran parte de la población manifiesta que le gustaría que en la ciudad de Atuntaqui exista una microempresa de diseño, producción y comercialización de ropa formal, puesto que en la actualidad se cuenta con pocos negocios que desempeñan esta actividad motivo por el cual al no encontrar gran diversidad de productos optan por viajar en busca de ellos a los alrededores de la ciudad principalmente a la ciudad de Ibarra incurriendo en mayores gastos para su adquisición, además se menciona que con esta nueva implementación se contribuye al desarrollo del Cantón.

10.- ¿Estaría dispuesto (a) a adquirir los productos que oferte dicha microempresa?

Tabla N° 16: Aceptación de compra

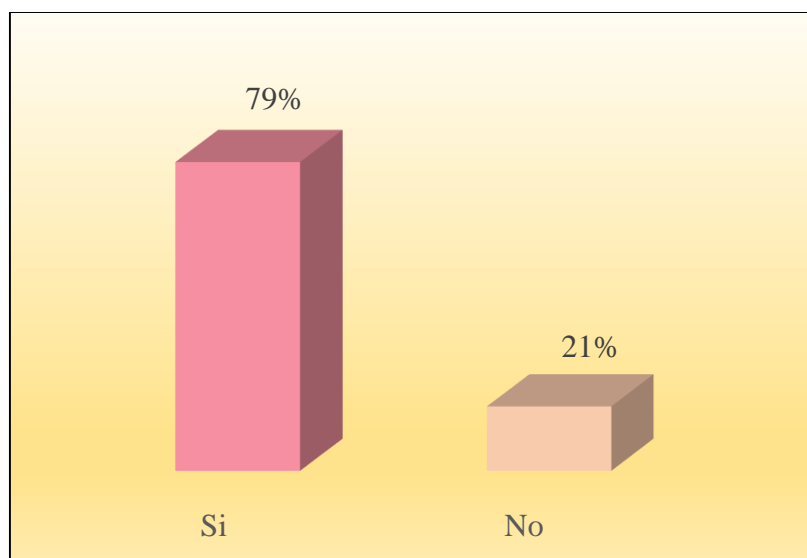
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	293	79%
No	77	21%
Total	370	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Gráfico N° 12: Aceptación de compra



Fuente: Tabla N° 16 – Aceptación de compra

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis:

La mayoría de la población si está dispuesta a adquirir los productos que oferte la microempresa, sin embargo se manifestó que para que esta demanda se mantenga en el tiempo dependerá de la calidad, precios y servicio que se presten con relación al cliente, así también quienes manifestaron una respuesta negativa la sustentaron en que al ser un nuevo negocio se desconoce la calidad de producto que ofrece por lo que una vez instaurada la microempresa en el mercado su principal objetivo será generar confianza en los clientes mediante la oferta de productos de calidad con precios justos y buena atención.

11.- ¿Qué tipo de prendas preferiría encontrar en esta microempresa?

Tabla N° 17: Preferencias de clientes

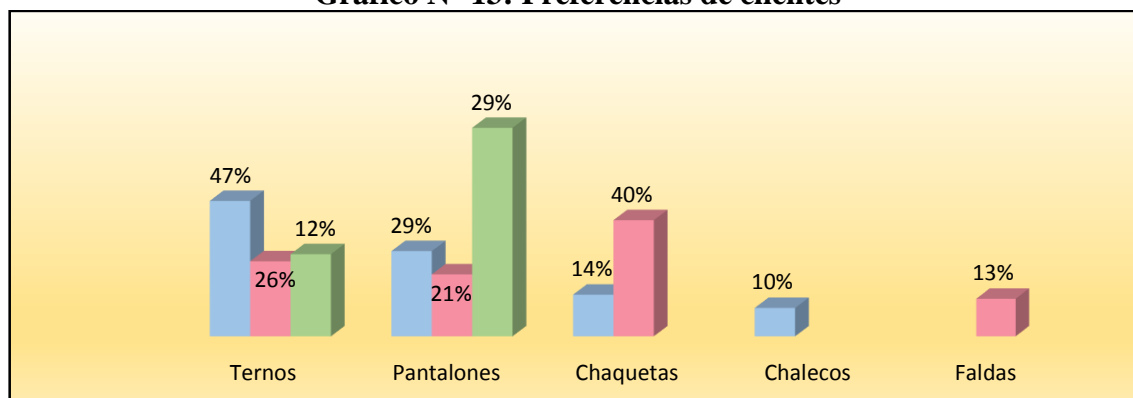
	Damas		Caballeros		Niños	
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ternos						
Completos	86	26%	143	47%	37	12%
Pantalones	71	21%	90	29%	93	29%
Chaquetas	133	40%	44	14%		
Chalecos			30	10%		
Faldas	43	13%				
Total	333	100%	307	100%	130	41%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Gráfico N° 13: Preferencias de clientes



Fuente: Tabla N° 17 – Preferencias de clientes

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis:

Los productos de mayor preferencia por parte del segmento masculino son los ternos completos y pantalones, mientras que el segmento femenino prefiere encontrar chaquetas en variedad de colores y diseños, así también se identificó que en cuanto a los niños el producto de mayor afluencia lo constituyen los pantalones ya que se mostró que estos son utilizados frecuentemente para los uniformes escolares, con estos datos obtenidos se puede determinar los productos estrella de cada segmento en los que se pondrá mayor énfasis ya que responderán a valores significativos en la operación del negocio.

12.- ¿En qué material prefiere que sean elaboradas las prendas de tipo formal?

Tabla N° 18: Material de elaboración de las prendas

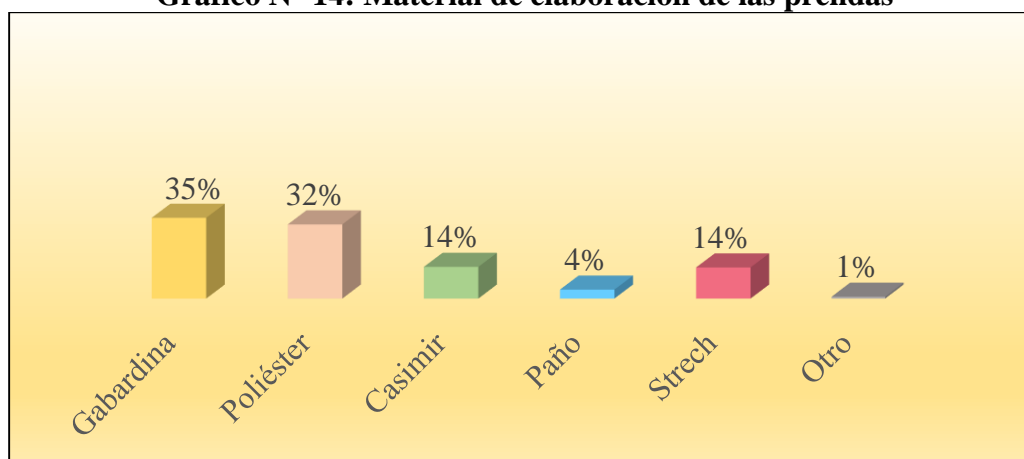
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Gabardina	135	35%
Poliéster	124	32%
Casimir	53	14%
Paño	15	4%
Strech	52	14%
Otro	3	1%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Gráfico N° 14: Material de elaboración de las prendas



Fuente: Tabla N° 18 – Material de elaboración

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis:

Gran parte de la población de la ciudad de Atuntaqui indicó que el material en el que les gustaría que sean confeccionadas las prendas de tipo formal son gabardina y poliéster, seguidas en menor nivel por la tela stretch y casimir. Por otra parte, un pequeño número de pobladores considerados como adulto mayor expresaron que lo único que buscan en una prenda de vestir es comodidad, por el mismo hecho de su escasa movilidad, esta información permite identificar el material de preferencia en que deben ser elaboradas las prendas para su comercialización, puesto que si se dispone de los requerimientos que exige el demandante existe mayor posibilidad de venta.

13.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la mano de obra empleada en la fabricación de estas prendas de vestir de estilo formal?

Los valores establecidos dentro de los rangos 1,2 y 3 corresponden al precio por mano de obra, mismo que este se mantiene constante pese al material en el que sean elaboradas las prendas.

Dicho valor no establece el precio total de venta ya que este varia a razón del tipo de material utilizado en la confección.

Tabla N° 19: Precios – Mano de obra - damas

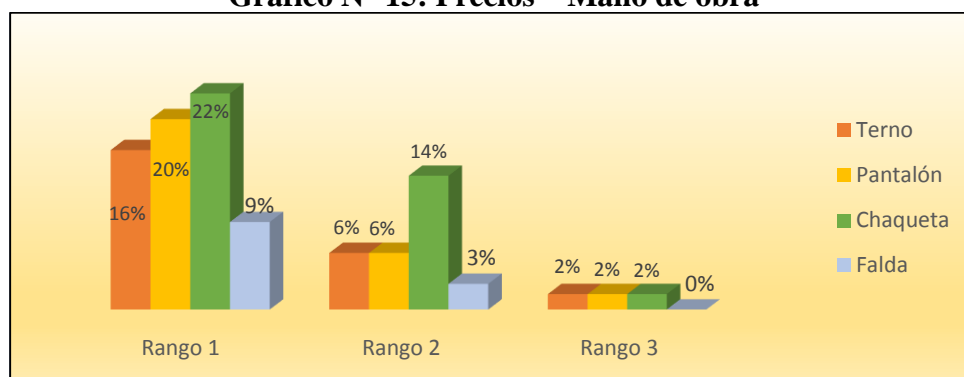
	Damas								
	Rango 1 Dólares	Rango 2	Rango 3	Rango 1 Frecuencia	Rango 2 Frecuencia	Rango 3 Frecuencia	Rango 1 Porcentaje	Rango 2 Porcentaje	Rango 3 Porcentaje
Terno Completo	65 - 75	76 - 86	87 o más	31	11	3	16%	6%	2%
Pantalón	15 - 25	26 - 35	36 o mas	37	11	3	20%	6%	2%
Chaqueta	50 - 60	61 - 71	71 o mas	42	26	3	22%	14%	2%
Falda	15 - 25	26 - 35	36 o mas	17	5		9%	3%	0%
				127	53	9	67%	28%	5%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Gráfico N° 15: Precios – Mano de obra



Fuente: Tabla N° 19 – precios mano de obra, damas

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis:

El segmento femenino está dispuesto a pagar valores entre económicos y moderados contenidos en los rangos 1 y 2 por la mano de obra empleada en la fabricación de las prendas de vestir de tipo formal, inclinando su preferencia por las chaquetas y pantalones, productos en los cuales se refleja una mayor posibilidad de demanda.

Tabla N° 20: Precios – Mano de obra - caballeros

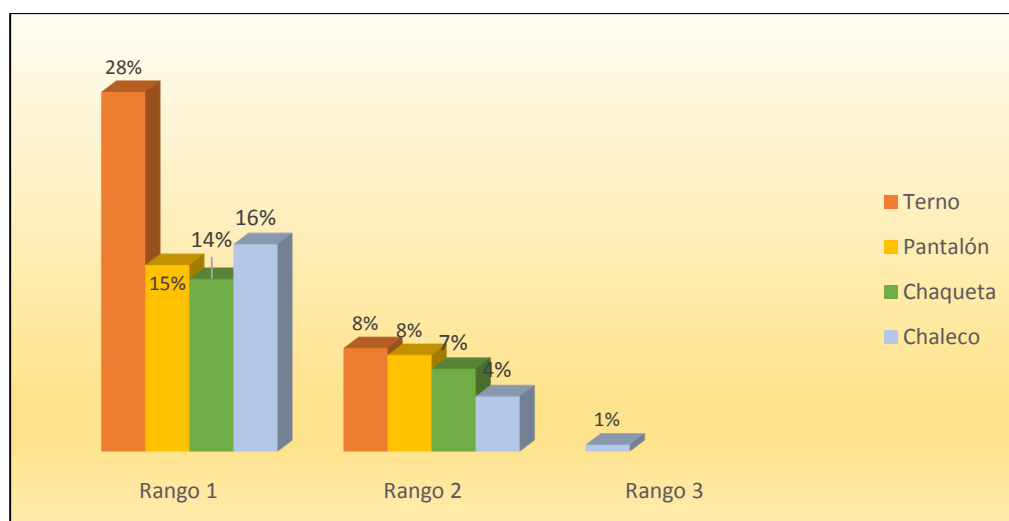
	Caballeros								
	Rango 1	Rango 2	Rango 3	Rango 1	Rango 2	Rango 3	Rango 1	Rango 2	Rango 3
	Dólares			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Terno Completo	80- 90	91 – 100	101 o mas	51	14	1	28%	8%	1%
Pantalón	20 – 30	31 – 40	41 o más	27	14	0	15%	8%	
Chaqueta	60 -70	71 – 80	81 o más	25	12	0	14%	7%	
Chaleco	20 – 30	31 – 40	41 o mas	30	8	0	16%	4%	
				133	48	1	73%	26%	1%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Gráfico N° 16: Precios – Mano de obra



Fuente: Tabla N° 20 – precios mano de obra, caballeros

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis:

El precio que la población está dispuesta a pagar por la mano de obra empleada en la producción de las prendas de vestir del segmento masculino se sitúa en el rango 1 denominado como económico puesto que contiene los valores mínimos que se cobrarían por la fabricación de las prendas, sin embargo argumentaron de que el valor puede ascender en función de la satisfacción que genere el producto una vez elaborado.

Tabla N° 21: Precios – Mano de obra - niños

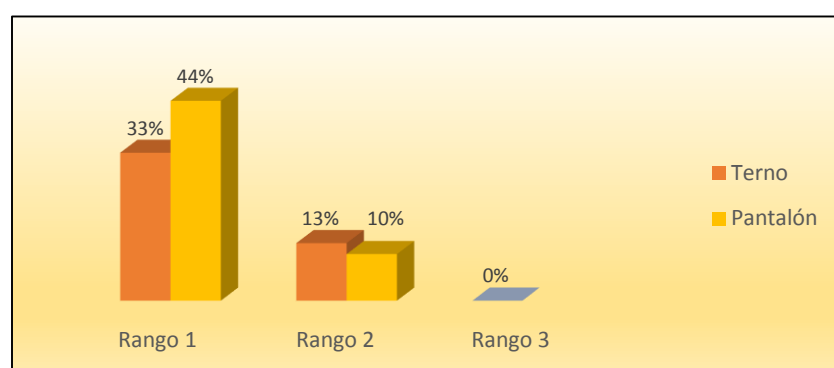
	Niños								
	Rango 1	Rango 2	Rango 3	Rango 1	Rango 2	Rango 3	Rango 1	Rango 2	Rango 3
	Dólares			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Terno Completo	60 – 70	71 - 80	81 o mas	54	21	0	33%	13%	0%
Pantalón	12 - 22	23 - 32	32 o mas	73	17	0	44%	10%	
				127	38	0	77%	23%	0%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Gráfico N° 17: Precios – Mano de obra



Fuente: Tabla N° 21 – Mano de obra, niños

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis:

La mayoría de la población encuestada expresa que por la mano de obra empleada en la fabricación de ropa formal para niños pagarán valores enmarcados dentro del rango 1 considerado como el económico, ya que al desconocer la calidad del producto que se va a ofertar no pueden determinar valores superiores, se manifestó que como para principiar pagarían los valores más bajos pero que si los productos son realmente buenos el precio obligatoriamente ascenderá, situación similar se presentó también en el caso de las damas y caballeros.

Con esta información obtenida el reto de la microempresa es brindar excelencia en sus productos y atención para satisfacer a sus clientes y lograr su reconocimiento.

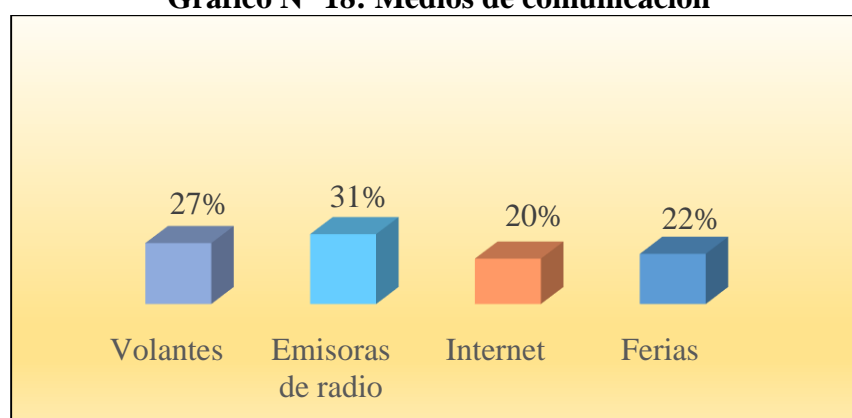
14.- Porque medio le gustaría que se dé a conocer los productos que ofrece la microempresa?

Tabla N° 22: Medios de comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Volantes	102	27%
Emisoras de radio	117	31%
Internet	76	20%
Ferias	84	22%
Total	379	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 18: Medios de comunicación



Fuente: Tabla N° 22 – Medios de comunicación
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis:

La población determina que el medio de comunicación principal para dar a conocer el producto prendas de vestir de tipo formal es la radio, ya que es común de las personas mantenerse sintonizadas a una frecuencia radial, seguida por los volantes que son afiches que proporcionan un conocimiento previo del negocio y su actividad, así también indicaron que las ferias constituyen una gran estrategia para dar a conocer y promocionar el producto de forma física e inmediata y gracias a las innovaciones en cuanto a tecnología en la actualidad el internet también forma parte de una fuente de publicidad y más aun considerando que la mayor parte del mercado meta del proyecto está conformada por gente joven que tiene acceso constante a este medio.

Conclusiones de la investigación de campo (Encuestas)

Una vez sistematizados y analizados los resultados arrojados de la aplicación de las encuestas se determina la aceptabilidad del producto en el mercado, bajo criterios de adaptación a las nuevas tendencias de la moda y exigencias en cuanto a características e innovación, donde también se pudo identificar el poder adquisitivo de los clientes, sus preferencias con relación a productos complementarios y plazas de comercialización, lo que permitirá responder favorablemente a las necesidades expuestas por los posibles consumidores.

3.9 Demanda

Con el pasar de tiempo las prendas de vestir de tipo formal han ganado valor y reconocimiento en el mercado gracias a nuevos campos como la educación, el profesionalismo y la cultura social, en la actualidad la presencia de una ocasión especial no solo requiere de preparativos engalanadores para el evento, sino también viene acompañado por la necesidad o deseo de lucir un traje elegante que permita reflejar glamur y distinción, por lo que el requerimiento de existencia de este producto aumenta a razón del crecimiento y desarrollo poblacional.

Para determinar la cantidad de demanda del producto se consideró la información recolectada en la investigación aplicada a la PEA de la ciudad de Atuntaqui, tomando como base las respuestas obtenidas en la pregunta 7, Tabla N° 13, y pregunta 11, Tabla N° 17.

3.9.1 Proyección de la demanda

La ciudad de Atuntaqui cuenta con una población económicamente activa de 10.673 habitantes para el año 2016, tomando en cuenta la afectación que provoca el desempleo en la actualidad, esta fue reducida a 10.118 habitantes, los cuales son considerados como los demandantes potenciales

a los que estará dirigido el bien a ofertarse, mismos que en un 79% estarían dispuestos a adquirir los productos de la microempresa (Tabla N°16), con una frecuencia trimestral (Tabla N° 13) a razón de un crecimiento poblacional en el cantón del 2,5% según información del INEC.

Tabla N° 23: Determinación de la población demandante

Datos	2016
(+) PEA Atuntaqui	10.673
(-) 5,2% Tasa de desempleo 2016	555
(=) Total población	10.118
(*) % de aceptación del producto	79%
(=) Total posibles clientes	8.012
(*) % de frecuencia de adquisición de prendas de vestir de tipo formal (Trimestral)	58%
(=) Total Población demandante por trimestre	4.677
(*) Total trimestres al año	4
(=) Total personas demandantes al año	18.710

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Para la proyección de la demanda se utilizó la siguiente formula:

$$Pf = Pi (1 + i)^n$$

Simbología

Pf = Población final

Pi = Población Inicial

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Año proyectado

Cálculo:

$$Pf = 18.710 (1 + 0.025)^1$$

$$Pf = 18.710 (1.025)$$

$$Pf = 19.177 \text{ Proyección de Personas Demandantes}$$

Tabla N° 24: Proyección de la población demandante total

Año	Demanda Anual (Personas)
1	18.710
2	19.177
3	19.657
4	20.148
5	20.652

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.9.2 Proyección de la demanda por producto

Para el cálculo de la proyección de la demanda por producto, se segmentó el mercado entre hombres y mujeres y se consideró el nivel de preferencia de la población por prenda de vestir señalado en la Tabla N° 17.

Tabla N° 25: Proyección Crecimiento demanda por sexo

Año	Hombres 49%	Mujeres 51%	Total personas demandantes 100%
1	9.058	9.651	18.710
2	9.285	9.893	19.177
3	9.517	10.140	19.657
4	9.755	10.394	20.148
5	9.998	10.653	20.652

Fuente: INEC Censo de población y vivienda 2010

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.9.2.1 Proyección de la demanda, prendas de vestir de damas

Para efectuar el cálculo de la demanda de prendas de vestir de este segmento se trabajó con la población perteneciente al mismo que representa el 51% de la demanda total, además se consideró el porcentaje de preferencia establecido en la Tabla N° 17 por cada producto.

- **Proyección de la demanda de ternos Completos**

Se estableció en función del porcentaje de preferencia del mercado que es del 26%.

Tabla N° 26: Proyección de la demanda de ternos completos – Damas

Año	Población	% de preferencia producto	Demanda Anual (Personas)
1	9.651	26%	2.493
2	9.893		2.555
3	10.140		2.619
4	10.394		2.684
5	10.653		2.751

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

- **Proyección de demanda de pantalones**

El nivel de preferencia del mercado para los pantalones de dama se situó en un 21% con relación al resto de productos.

Tabla N° 27: Proyección de la demanda de pantalones – Damas

Año	Población	% de preferencia producto	Total demanda Anual (Personas)
1	9.651	21%	2.058
2	9.893		2.109
3	10.140		2.162
4	10.394		2.216
5	10.653		2.271

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

- **Proyección de la demanda de Chaquetas**

Este producto es el de mayor preferencia en el mercado, el 40 % de la población encuestada determinó que es el producto que más les gustaría encontrar en las instalaciones de la microempresa, motivo por el cual se convierte en el producto estrella del negocio para el segmento femenino.

Tabla N° 28: Proyección de la demanda de chaquetas – Damas

Año	Población	% de preferencia producto	Demanda Anual (Personas)
1	9.651		3.855
2	9.893		3.951
3	10.140	40%	4.050
4	10.394		4.151
5	10.653		4.255

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

- **Proyección de la demanda de faldas**

El grado de preferencia de esta prenda por parte del segmento femenino se situó en un 13% con relación al resto de los productos ya que en la actualidad esta prenda en la mayoría de los casos se ve sustituida por el pantalón.

Tabla N° 29: Proyección de la demanda de faldas – Damas

Año	Población	% de preferencia producto	Demanda Anual (Personas)
1	9.651		1.246
2	9.893		1.277
3	10.140	13%	1.309
4	10.394		1.342
5	10.653		1.376

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

3.9.2.2 Proyección de la demanda, prendas de vestir de caballeros

Para determinar la proyección de la cantidad de demanda para las prendas de caballeros se utilizó los datos poblacionales pertenecientes a este segmento, así como también los porcentajes de preferencias por producto indicados en la información presentada en la Tabla N° 17.

- **Proyección de demanda de ternos completos**

El mercado del segmento masculino se inclina mayoritariamente por los ternos completos siendo así que el 47% de la población prefiere encontrar principalmente este producto en la microempresa, convirtiéndolo en el producto estrella del segmento.

Tabla N° 30: Proyección de la demanda de ternos completos – Caballeros

Año	Población	% de preferencia producto	Demanda Anual (Personas)
1	9.058		4.219
2	9.285		4.325
3	9.517	47%	4.433
4	9.755		4.544
5	9.998		4.657

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

- **Proyección de demanda de pantalones**

El 29% del mercado asemeja su preferencia hacia los pantalones considerando que estas prendas pueden ser complementadas con chaquetas menos formales que les permitan lucir un estilo semiformal.

Tabla N° 31: Proyección de la demanda de pantalones – Caballeros

Año	Población	% de preferencia producto	Demanda Anual
1	9.058		2.655
2	9.285		2.722
3	9.517	29%	2.790
4	9.755		2.860
5	9.998		2.931

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

- **Proyección de demanda de chaquetas**

El nivel de preferencia del mercado del 14% responde al mismo criterio antes mencionado de que las chaquetas son adquiridas con el fin de complementarlas con pantalones menos rígidos que permitan lucir un estilo semiformal.

Tabla N° 32: Proyección de la demanda de chaquetas – Caballeros

Año	Población	% de preferencia producto	Demanda Anual
1	9.058		1.298
2	9.285		1.331
3	9.517	14%	1.364
4	9.755		1.398
5	9.998		1.433

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

- **Proyección de la demanda de chalecos**

El nivel de preferencia del mercado para este tipo de prenda se ubica en un 10% con relación a los otros productos, por lo que es el producto que presenta menor demanda.

Tabla N° 33: Proyección de la demanda de chalecos – Caballeros

Año	Población	% de preferencia producto	Demanda Anual
1	9.058		885
2	9.285		907
3	9.517	10%	930
4	9.755		953
5	9.998		977

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.9.2.3 Proyección de la demanda, prendas de vestir de niños

La proyección de la cantidad demandada de prendas de niños se determina con los datos totales de la PEA ya que hombres, como mujeres indicaron su grado de preferencia por estas prendas.

- **Proyección de la demanda de ternos completos**

El mercado establece un nivel de preferencia del 12% en cuanto a ternos completos de niños ya que en este segmento no es muy común su adquisición.

Tabla N° 34: Proyección de la demanda de ternos completos de niños

Año	Población	% de preferencia producto	Demanda Anual (Personas)
1	18.710		2.163
2	19.177		2.217
3	19.657	12%	2.273
4	20.148		2.330
5	20.652		2.388

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

- **Proyección de la demanda de pantalones**

Se determina a los pantalones de niño como el producto estrella del negocio en este segmento, ya que el mercado establece una preferencia del 29% sobre el producto a razón de que su

adquisición es frecuente por las exigencias establecidas en las unidades de educación.

Tabla N° 35: Proyección de la demanda de pantalones de niño

Año	Población	% de preferencia producto	Demanda Anual (Personas)
1	18.710		5.437
2	19.177		5.573
3	19.657	29%	5.713
4	20.148		5.856
5	20.652		6.002

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.10 Oferta

La identificación de los oferentes de prendas de vestir de tipo formal se realizó en función a la información obtenida de las encuestas aplicadas a la PEA del Cantón Antonio Ante, pregunta N° 6 y la aplicación de entrevistas a productores y comercializadores que ofrecen esta gama de prendas.

3.10.1 Resultados de la Entrevista Productores

Los productores de prendas de vestir de tipo formal manifestaron que el segmento de mayor demanda de sus productos lo constituyen los hombres, en prendas como ternos completos, chaquetas y pantalones.

En su mayoría dichos productores trabajan de forma directa para el cliente por lo que no disponen de mercadería en stock para la venta, sus precios son establecidos por mano de obra y estos se encuentran en un promedio de:

Tabla N° 36: Precios de Mano de obra de productores de ropa formal

PRENDAS	Damas	Caballeros	Niños
Ternos Completos	\$ 65	\$ 80	\$ 65
Pantalón	\$ 15	\$ 25	\$ 12
Chaleco		\$ 25	
Chaqueta	\$ 50	\$ 65	
Falda	\$ 15		

Fuente: Entrevistas realizadas a productores de ropa formal de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Dichos precios no incluyen la materia prima (Tela) ya que esta es adquirida por el cliente a su gusto y preferencia.

3.10.2 Resultados de la Entrevista Comerciantes

Los comerciantes de prendas formales manifestaron que sus productos son adquiridos a productores situados en las parroquias de Andrade Marín y San Roque, entre los productos más vendidos mencionaron a los ternos de hombre y pantalones de mujer, siendo el mercado que más demanda presenta el segmento masculino, los materiales de preferencia indicaron que son la gabardina y casimir para los caballeros y para las damas la tela stretch, así también señalaron que a diario se atiende un promedio de 5 personas vinculadas directamente a esta gama, presentando un incremento en los días feriados y fines de semana, los precios promedio de sus prendas son:

Tabla N° 37: Precios de venta comerciantes de ropa formal

PRENDAS	Damas (Tela Stretch)	Caballeros (Tela Gabardina)	Caballeros (Tela Poliéster)	Niños (Tela Gabardina)	Niños (Tela Poliéster)
Ternos Completos	\$ 110	\$ 150	\$ 120	\$ 95	\$ 80
Pantalón	\$ 27	\$ 50	\$ 35	\$ 30	\$ 25
Chaleco		\$ 40	\$ 35		
Chaqueta	\$ 75	\$ 100	\$ 85		
Falda	\$ 25				

Fuente: Entrevistas realizadas a comerciantes de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.10.3 Oferta Actual

En la ciudad de Atuntaqui la presencia de talleres de producción y comercialización de ropa formal es relativamente baja. Sin embargo, en la actualidad se ha convertido en una nueva gama de oferta al mercado, de acuerdo con la investigación realizada se determinó que existen alrededor de 8 negocios vinculados a esta actividad entre los que encontramos tanto productores como comercializadores de ropa formal y productos sustitutos.

Cuadro N° 7: Oferentes de prendas de vestir de tipo formal y similares

Negocio	Actividad	Segmento de Mercado
Sastrería BRUNELI	Productor directo	Ropa para Damas, Caballeros y Niños
CABALLERO'S	Comercializador	Ropa para caballeros
PAMELA	Comercializador	Ropa para damas
SANTÉ	Productor y comercializador	Vestidos y Blusas de mujer
GABYTEX	Productor y comercializador	Ropa para damas
D'JEANS	Comercializador	Chaquetas y Blusas de mujer
MONY	Productor y comercializador	Blusas y Vestidos de mujer
KARMAN	Productor y Comercializador	Ropa para Damas y Caballeros

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Los establecimientos indicados se encuentran vinculados en su mayoría al segmento femenino, así también encontramos uno de ellos exclusivo para caballeros, y la presencia de la sastrería que abarca los dos segmentos de mercado quien por su parte no dispone de mercadería adicional para la venta.

Tabla N° 38: Oferta actual de prendas de tipo formal y sustitutos

Negocio	# de personas promedio atendidas a la Semana	# de personas promedio Mensuales	Total Oferta Anual
BRUNELI	15	60	720
CABALLERO'S	42	168	2.016
PAMELA	32	128	1.536
SANTÉ	40	160	1.920
GABYTEX	24	96	1.152
D'JEANS	30	120	1.440
MONY	45	180	2.160
KARMAN	50	200	2.400
Total Prendas			13.344

Fuente: Entrevistas realizadas a los productores y comerciantes de la ciudad de Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Los negocios indicados en su mayoría ofrecen la línea de ropa formal como parte complementaria al resto de gamas de prendas ofertadas, sin embargo la mayor cantidad de oferentes directos se sitúan en la ciudad de Ibarra, lugar donde los habitantes acuden en busca de las prendas requeridas.

3.10.4 Proyección de la oferta

Para la determinación de la proyección de la oferta se tomó en consideración el total de la oferta, la tasa promedio de crecimiento del PIB del sector de manufactura que se ubica en el 4.4% y la tasa de composición del PIB que representa el área textil del 7,24% ($4.4\% * 7,24\% = 0,318$)

$$Op = Oi (1 + i)^n$$

Simbología

Op = Oferta proyectada

Oi = Oferta Inicial

I = Tasa de crecimiento PIB

n = Año proyectado

Cálculo:

$$Df = 13.344 (1 + 0,00318)^1$$

$$Df = 13.344 (1,00318)$$

$$Df = 13.387 \text{ Oferta proyectada}$$

Tabla N° 39: Proyección de la oferta anual

Año	Oferta Anual (Prendas)
1	13.344
2	13.387
3	13.429
4	13.472
5	13.515

Fuente: Entrevistas realizadas a productores y comerciantes de la ciudad de Atuntaqui
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

3.11 Balance Demanda - Oferta

Para la determinación de la cantidad que compone la demanda potencial se tomó en cuenta el número total de personas que conforman la demanda anual menos la totalidad de personas que cubre la oferta anual, cuya diferencia representa el total de demanda insatisfecha existente en el mercado.

Tabla N° 40: Proyección de la demanda insatisfecha

Año	Demanda Anual (Personas)	Oferta Anual (Personas)	Demanda Insatisfecha Anual (Personas)
1	18.710	13.344	5.366
2	19.177	13.387	5.791
3	19.657	13.429	6.228
4	20.148	13.472	6.676
5	20.652	13.515	7.137

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Demanda potencial por producto

Para el desarrollo de este cálculo se consideró los valores obtenidos del balance demanda - oferta que reflejan el total de la demanda insatisfecha (personas), divididos en los dos segmentos masculino y femenino adheridos los porcentajes de preferencia de cada tipo de prenda.

Tabla N° 41: Proyección de la demanda potencial por sexo

Año	Hombres (49%)	Mujeres (51%)	Demanda potencial (100%)
1	2.598	2.768	5.366
2	2.804	2.987	5.791
3	3.015	3.213	6.228
4	3.232	3.444	6.676
5	3.455	3.682	7.137

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

• DAMAS

Para la determinación de la demanda potencial por tipo de prenda del segmento femenino se utilizó el número de personas pertenecientes al mismo, que representan el 51% del total de la población insatisfecha, multiplicadas por los porcentajes de preferencia por tipo de prenda para damas indicados en la tabla N° 17, lo cual nos permite obtener como resultado el número total anual de posibles clientes a satisfacer conocidos como demanda potencial.

Proyección demanda potencial -Terno formal

La población considerada para este cálculo es la perteneciente al segmento femenino establecida en 2.768 personas para el año 2016 tal como lo señala la tabla N° 41, de las cuales de acuerdo con la información presentada en la tabla N° 17 el 26% desearía encontrar ternos formales completos

para mujer entre los productos que oferte la microempresa, dándonos un total 715 personas al año que podrían adquirir este producto.

Tabla N° 42: Proyección demanda potencial – Terno formal de dama

Año	Demanda femenina Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	2.768		715
2	2.987		771
3	3.213	26%	830
4	3.444		889
5	3.682		951

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Proyección demanda potencial – Pantalón

La población tomada como referencia pertenece al segmento femenino cuya preferencia según información recolectada tras la investigación de campo se sitúa en un 21% por la prenda pantalón para dama, lo cual permite determinar que 590 personas serían los posibles clientes en el primer año para este segmento de mercado.

Tabla N° 43: Proyección demanda potencial – Pantalón de dama

Año	Demanda femenina Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	2.768		590
2	2.987		637
3	3.213	21%	685
4	3.444		734
5	3.682		785

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Proyección demanda potencial – Chaqueta

De acuerdo con los datos obtenidos de la investigación realizada se identificó que en el segmento femenino la chaqueta es la prenda de mayor preferencia ya que el 40% de la población encuestada señaló que este producto sería el que principalmente les gustaría encontrar, permitiéndonos tener una posible demanda de 1.105 personas en el transcurso del primer año de vida del proyecto.

Tabla N° 44: Proyección demanda potencial – Chaqueta de dama

Año	Demanda femenina Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	2.768		1.105
2	2.987		1.193
3	3.213	40%	1.283
4	3.444		1.376
5	3.682		1.470

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Proyección demanda potencial – Falda

El cálculo del número de personas que constituyen la demanda potencial a satisfacer se lo efectuó con los datos pertenecientes al segmento femenino indicados en la tabla N° 41, considerando el porcentaje de preferencia por el tipo de prenda señalado en la tabla N° 17, el cual se establece en el 13% para la prenda de vestir falda, determinando que 357 personas podrían hacer consumo del producto indicado, además refleja su escasa demanda con relación a los otros productos ya que en varias ocasiones esta prenda es remplazada por vestidos o pantalones.

Tabla N° 45: Proyección demanda potencial – Falda

Año	Demanda femenina Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	2.768		357
2	2.987		386
3	3.213	13%	415
4	3.444		445
5	3.682		475

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Los porcentajes de preferencia indicados por tipo de producto suman el 100% perteneciente al segmento femenino al igual que la población demandante; se estableció trabajar con esta forma de cálculo por el direccionamiento de las prendas a cada segmento de mercado.

- **CABALLEROS**

La determinación de la demanda insatisfecha por tipo de prendas para los caballeros se la realiza considerando el número de personas pertenecientes a este segmento, señalados en la tabla N° 41 que representan el 49% de la población calificada como demanda insatisfecha, multiplicada por los porcentajes de preferencia por tipo de prenda para caballeros indicados en la tabla N° 17, lo cual nos permite obtener como resultado el número total anual de posibles clientes a satisfacer conocidos como demanda potencial.

Proyección demanda potencial – Terno completo

El número de personas tomadas para el desarrollo de este cálculo pertenece al segmento masculino señalado en la tabla N° 41, ubicando a 2.598 personas como demandantes que el mercado aún no ha cubierto, mismos que según la información obtenida en un 47% inclinan su preferencia por los

ternos completos de hombre, logrando establecer que 1.210 personas gustarían el poder adquirir este producto durante el primer año de puesta en marcha del proyecto.

Tabla N° 46: Proyección demanda potencial – Terno completo de caballero

Año	Demanda Masculina Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	2.598		1.210
2	2.804		1.306
3	3.015	47%	1.404
4	3.232		1.506
5	3.455		1.609

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Proyección demanda potencial – Pantalón

La determinación de la demanda potencial a satisfacer se la efectuó con los datos presentados en la Tabla N° 41 pertenecientes al segmento masculino, adherido el porcentaje de preferencia obtenido mediante la investigación de campo efectuada que sitúa al pantalón de caballero en un 29% de preferencia con relación a los otros productos.

Tabla N° 47: Proyección demanda potencial – Pantalón de caballero

Año	Demanda Masculina Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	2.598		762
2	2.804		822
3	3.015	29%	884
4	3.232		948
5	3.455		1.013

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Proyección demanda potencial – Chaqueta

Para determinar el número de personas potenciales a satisfacer con respecto al consumo de la chaqueta de hombre, se trabajó con los datos de la población insatisfecha presentados en la tabla N° 41 relacionados con este segmento conjuntamente con el porcentaje de preferencia establecido por la población encuestada para este tipo de prenda ubicado en el 14%.

Tabla N° 48: Proyección demanda potencial – Chaqueta de caballero

Año	Demanda Masculina Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	2.598	14%	372
2	2.804		402
3	3.015		432
4	3.232		463
5	3.455		495

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Proyección demanda potencial – Chaleco

El segmento masculino mantiene un 10% de preferencia hacia la prenda chalecos, relativamente bajo a razón del resto de productos de esta sección, ya que dicha prenda es menos utilizada dentro del vínculo profesional y social.

Tabla N° 49: Proyección demanda potencial – Chaleco de caballero

Año	Demanda Masculina Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	2.598	10%	254
2	2.804		274
3	3.015		295
4	3.232		316
5	3.455		338

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Los valores obtenidos como demanda potencial a satisfacer pertenecen al número de personas que podrían consumir ropa formal de caballeros en el transcurso del año, así como también los porcentajes de preferencias indicados representan el 100% de la sección de prendas para caballeros.

- **NIÑOS**

Para el caso de los niños se trabajó con la población total que componen la demanda insatisfecha ya que el movimiento de este segmento de mercado corresponde tanto a hombres como mujeres, quienes actúan en el papel de madre, padre o allegados, también se toma en cuenta los porcentajes de preferencia de cada tipo de prenda indicados por la población encuestada en la tabla N° 17, sin embargo la sumatoria de dichos porcentajes no asciende al 100% sino se ubica en un 41% puesto que el segmento de niños es un mercado más reducido por el comportamiento propio de los actores.

Proyección demanda potencial – Terno completo

La población que integra el total de demanda insatisfecha anual se ubica en 5.366 personas, de las cuales el 12% señala su preferencia hacia los ternos completos de niño, permitiendo obtener una demanda insatisfecha en esta sección de 620 personas al año.

Tabla N° 50: Proyección demanda potencial – Terno completo de niño

Año	Demanda Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	5.366		620
2	5.791		670
3	6.228	12%	720
4	6.676		772
5	7.137		825

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Proyección demanda potencial – Pantalón

Para el cálculo de la demanda potencial a satisfacer se tomó en consideración el total de personas establecidas como demanda insatisfecha, multiplicadas por el porcentaje de preferencia extraído de la Tabla N° 17, quedándonos un total de demanda potencial a satisfacer de 1.559 personas.

Tabla N° 51: Proyección demanda potencial – Pantalón de niño

Año	Demanda Insatisfecha	% de preferencia producto	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
1	5.366	29%	1.559
2	5.791		1.683
3	6.228		1.810
4	6.676		1.940
5	7.137		2.074

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Los datos presentados reflejan la cantidad total de población que aún no han sido cubierta por los oferentes existentes, lo cual permite una visualización clara del mercado potencial que se encuentra vigente, el cual podría ser captado por el presente proyecto.

3.12 Análisis de precios

El sistema de costeo que el proyecto manejará para la fijación de precios será el de costos por órdenes de producción para el caso de confección de prendas personalizadas puesto que, por la complejidad en la elaboración de las prendas de tipo formal, no se realizará una producción en serie a gran escala que permita adaptarse a otro sistema.

El precio establecido por los oferentes de prendas de tipo formal de acuerdo con la investigación realizada son los señalados en la Tabla N° 37.

El proyecto al operar como productor directo posee la facultad de reducir los precios sin que estos se desplomen y desprestigien a la competencia, sino más bien con el objeto de captar mayor mercado manteniendo una similitud cercana a los negocios ya existentes, por lo que los precios establecidos para los productos terminados elaborados en medidas estándar se encuentran fijados en base a los costos y gastos que se incurrirán en su elaboración más un porcentaje de utilidad.

- **Prendas de Damas**

Para la elaboración de las prendas formales del segmento femenino se utilizarán materiales como: Telas Strech, Fusionable, Carola, pelón, hombreras, botones, cierres, etiquetas e hilo los cuales serán manipulados de acuerdo al requerimiento que demanda cada prenda. Así también se incluye el costo de Mano de obra directa e indirecta donde se contemplan los valores de personal tanto administrativo, ventas y producción a igual manera que los denominados como otros costos y gastos tales como los materiales y suministros de las áreas de administración y ventas.

Tabla N° 52: Fijación de precio – Terno de dama

Terno de Dama			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Strech	3	\$ 9,00	\$ 27,00
Tela Fusionable	0,5	\$ 3,00	\$ 1,50
Tela Carola	1,5	\$ 2,00	\$ 3,00
Pelón	0,3	\$ 2,00	\$ 0,60
Hombreras	1	\$ 0,70	\$ 0,70
Botones	9	\$ 0,08	\$ 0,72
Cierre (s)	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 1,14
MOD			\$ 43,47
Otros Costos y Gastos			\$ 7,61
Precio de Fabricación			\$ 82,96
Utilidad		15%	\$ 12,44
Precio de Venta			\$ 95

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 53:Fijación de precio – Pantalón de dama

Pantalón de Dama			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Strech	1,25	\$ 9	\$ 11,25
Pelón	0,15	\$ 2,00	\$ 0,30
Botones	1	\$ 0,08	\$ 0,08
Cierre (s)	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
MOD			\$ 9,43
Otros Costos y Gastos			\$ 1,90
Precio de Fabricación			\$ 23,17
Utilidad		8%	\$ 1,83
Precio de Venta			\$ 25,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 54:Fijación de precio – Chaqueta de dama

Chaqueta			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Strech	1,75	\$ 9,00	\$ 15,75
Tela Fusionable	0,5	\$ 3,00	\$ 1,50
Tela Carola	1,5	\$ 2,00	\$ 3,00
Pelón	0,15	\$ 2,00	\$ 0,30
Hombreras	1	\$ 0,70	\$ 0,70
Botones	8	\$ 0,08	\$ 0,64
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 0,80
MOD			\$ 36,79
Otros Costos y Gastos			\$ 5,33
Precio de Fabricación			\$ 64,82
Utilidad		8%	\$ 5,19
Precio de Venta			\$ 70,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 55: Fijación de precio – Falda

Falda			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Strech	0,75	\$ 9,00	\$ 6,75
Tela Carola	0,5	\$ 2,00	\$ 1,00
Pelón	0,15	\$ 2,00	\$ 0,30
Cierre (s)	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Botones	1	\$ 0,08	\$ 0,08
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 0,32
MOD			\$ 9,61
Otros Costos y Gastos			\$ 2,12
Precio de Fabricación			\$ 20,40
Utilidad		8%	\$ 1,60
Precio de Venta			\$ 22,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

- **Prendas de Caballeros**

Para la determinación de los precios de las prendas del segmento masculino se tomó en cuenta la cantidad de material requerida para la fabricación de cada prenda multiplicada por sus respectivos precios, así también se adiciono los valores por concepto de mano de obra y los diferentes costos y gastos de las áreas de administración y ventas, donde se encuentran contemplados MOI, suministros, publicidad, depreciaciones y los costos indirectos de fabricación, permitiéndonos obtener el costo de fabricación a lo cual adicionamos el margen de utilidad que se espera obtener, dándonos como resultado el precio final de venta al consumidor.

Tabla N° 56: Fijación de precio – Terno de gabardina para caballero

Terno Completo (Gabardina)			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Gabardina	3	\$ 14,00	\$ 42,00
Tela Dacrón	0,5	\$ 2,75	\$ 1,38
Tela Fusionable	0,5	\$ 3,00	\$ 1,50
Tela Carola	1,5	\$ 2,00	\$ 3,00
Pelón	0,52	\$ 2,00	\$ 1,04
Hombros	1	\$ 0,70	\$ 0,70
Botones	12,00	\$ 0,08	\$ 0,96
Cierre (s)	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Reata	0,15	\$ 0,40	\$ 0,06
Ganchos	1	\$ 0,05	\$ 0,05
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 1,56
MOD			\$ 59,06
Otros Costos y Gastos			\$ 10,40
Precio de Fabricación			\$ 121,92
Utilidad		15%	\$ 18,08
Precio de Venta			\$ 140,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla N° 57: Fijación de precio – pantalón de gabardina para caballero

Pantalón (Gabardina)			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Gabardina	1,25	\$ 14,00	\$ 17,50
Tela Dacrón	0,5	\$ 2,75	\$ 1,38
Pelón	0,12	\$ 2,00	\$ 0,24
Botones	2,00	\$ 0,08	\$ 0,16
Cierre (s)	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Reata	0,15	\$ 0,40	\$ 0,06
Ganchos	1	\$ 0,05	\$ 0,05
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 0,51
MOD			\$ 18,14
Otros Costos y Gastos			\$ 3,42
Precio de Fabricación			\$ 41,67
Utilidad		8%	\$ 3,33
Precio de Venta			\$ 45,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla N° 58: Fijación de precio – Chaqueta de gabardina para caballero

Chaqueta (Gabardina)			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Gabardina	1,75	\$ 14,00	\$ 24,50
Tela Fusionable	0,5	\$ 3,00	\$ 1,50
Tela Carola	1,5	\$ 2,00	\$ 3,00
Pelón	0,4	\$ 2,00	\$ 0,80
Hombreras	1	\$ 0,70	\$ 0,70
Botones	10,00	\$ 0,08	\$ 0,80
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 1,08
MOD			\$ 48,52
Otros Costos y Gastos			\$ 7,23
Precio de Fabricación			\$ 88,15
Utilidad		8%	\$ 7,05
Precio de Venta			\$ 95

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla N° 59: Fijación de precio – Chaleco de gabardina para caballero

Chaleco (Gabardina)			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Gabardina	0,75	\$ 14,00	\$ 10,50
Tela Fusionable	0,5	\$ 3,00	\$ 1,50
Tela Carola	0,75	\$ 2,00	\$ 1,50
Botones	6	\$ 0,08	\$ 0,48
Hebilla	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 0,40
MOD			\$ 13,15
Otros Costos y Gastos			\$ 4,37
Precio de Fabricación			\$ 32,11
Utilidad		8%	\$ 2,89
Precio de Venta			\$ 35,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Los precios presentados en las anteriores tablas varían con relación a los mostrados a continuación ya que pese a ser las prendas de la misma denominación su variación radica en el tipo de material que son elaboradas como es la tela Gabardina y la tela Poliéster, sin embargo, su costo de MOD es igual por cuanto se requiere el mismo tratamiento de producción para su fabricación.

Tabla N° 60: Fijación de precio – Terno de poliéster para caballero

Terno (Poliéster)			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Poliéster	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Tela Dacrón	0,5	\$ 2,75	\$ 1,38
Tela Fusionable	0,5	\$ 3,00	\$ 1,50
Tela Carola	1,5	\$ 2,00	\$ 3,00
Pelón	0,52	\$ 2,00	\$ 1,04
Hombreras	1	\$ 0,70	\$ 0,70
Botones	12	\$ 0,08	\$ 0,96
Cierre (s)	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Reata	0,15	\$ 0,40	\$ 0,06
Ganchos	1	\$ 0,05	\$ 0,05
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 1,26
MOD			\$ 59,06
Otros Costos y Gastos			\$ 8,37
Precio de Fabricación			\$ 92,58
Utilidad		18%	\$ 17,04
Precio de Venta			\$ 110

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla N° 61: Fijación de precio – Pantalón de poliéster para caballero

Pantalón (Poliéster)			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Poliéster	1,25	\$ 5,00	\$ 6,25
Tela Dacrón	0,5	\$ 2,75	\$ 1,38
Pelón	0,12	\$ 2,00	\$ 0,24
Botones	2	\$ 0,08	\$ 0,16
Cierre (s)	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Reata	0,15	\$ 0,40	\$ 0,06
Ganchos	1	\$ 0,05	\$ 0,05
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 0,34
MOD			\$ 18,14
Otros Costos y Gastos			\$ 1,28
Precio de Fabricación			\$ 28,11
Utilidad		8%	\$ 2,11
Precio de Venta			\$ 30

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla N° 62: Fijación de precio – Chaqueta de poliéster para caballero

Chaqueta (Poliéster)			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Poliéster	1,75	\$ 5,00	\$ 8,75
Tela Fusionable	0,5	\$ 3,00	\$ 1,50
Tela Carola	1,5	\$ 2,00	\$ 3,00
Pelón	0,4	\$ 2,00	\$ 0,80
Hombreras	1	\$ 0,70	\$ 0,70
Botones	10	\$ 0,08	\$ 0,80
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 1,08
MOD			\$ 48,52
Otros Costos y Gastos			\$ 7,23
Precio de Fabricación			\$ 72,40
Utilidad		11%	\$ 7,60
Precio de Venta			\$ 80,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla N° 63: Fijación de precio – Chaleco de poliéster para caballero

Chaleco (Poliéster)			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Poliéster	0,75	\$ 5,00	\$ 3,75
Tela Fusionable	0,5	\$ 3,00	\$ 1,50
Tela Carola	0,75	\$ 2,00	\$ 1,50
Botones	6	\$ 0,08	\$ 0,48
Hebilla	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 0,34
MOD			\$ 13,15
Otros Costos y Gastos			\$ 4,37
Precio de Fabricación			\$ 27,27
Utilidad		10%	\$ 2,73
Precio de Venta			\$ 30,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

- **Prendas de Niños**

De igual manera las prendas de niño también son elaboradas en los dos tipos de material como es la tela Gabardina y Poliéster con la finalidad de ofertar al mercado productos que puedan adaptarse a su capacidad económica sin dejar de lado el estilo y elegancia del buen vestir.

Tabla N° 64: Fijación de precio – Terno de gabardina para niño

Terno (Gabardina)			
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total
Tela Gabardina	2,25	\$ 14,00	\$ 26,20
Tela Dacrón	0,5	\$ 2,75	\$ 1,38
Tela Fusionable	0,5	\$ 3,00	\$ 1,50
Tela Carola	1,25	\$ 2,00	\$ 2,50
Pelón	0,4	\$ 2,00	\$ 0,80
Hombreras	1	\$ 0,70	\$ 0,70
Botones	8	\$ 0,08	\$ 0,64
Cierre (s)	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Hilo			\$ 1,03
MOD			\$ 45,65
Otros Costos y Gastos			\$ 6,85
Precio de Fabricación			\$ 80,61
Utilidad		12%	\$ 9,67
Precio de Venta			\$ 90

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 65: Fijación de precio – Pantalón de gabardina para niño

Pantalón Niño (Gabardina)				
Detalle	Cantidad	Precio U.		Total
Tela Gabardina	1	\$	14,00	\$ 14,00
Tela Dacrón	0,5	\$	2,75	\$ 1,38
Botones	1	\$	0,08	\$ 0,08
Cierre (s)	1	\$	0,20	\$ 0,20
Etiqueta Textil	1	\$	0,01	\$ 0,01
Hilo				\$ 0,29
MOD				\$ 7,56
Otros Costos y Gastos				\$ 1,90
Precio de Fabricación				\$ 23,41
Utilidad			7%	\$ 1,64
Precio de Venta				\$ 25

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 66: Fijación de precio – Terno de poliéster para niño

Terno Niño (Poliéster)				
Detalle	Cantidad	Precio U.		Total
Tela Poliéster	2,25	\$	5,00	\$ 11,25
Tela Dacrón	0,5	\$	2,75	\$ 1,38
Tela Fusionable	0,5	\$	3,00	\$ 1,50
Tela Carola	1,25	\$	2,00	\$ 2,50
Pelón	0,4	\$	2,00	\$ 0,80
Hombreras	1	\$	0,70	\$ 0,70
Botones	8	\$	0,08	\$ 0,64
Cierre (s)	1	\$	0,20	\$ 0,20
Etiqueta Textil	1	\$	0,01	\$ 0,01
Hilo				\$ 0,86
MOD				\$ 45,65
Otros Costos y Gastos				\$ 5,71
Precio de Fabricación				\$ 66,99
Utilidad			12%	\$ 8,04
Precio de Venta				\$ 75,0

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 67: Fijación de precio – Pantalón de poliéster para niño

Pantalón Niño (Poliéster)				
Detalle	Cantidad	Precio U.	Total	
Tela Poliéster	1	\$ 5,00	\$	5,00
Tela Dacrón	0,5	\$ 2,75	\$	1,38
Botones	1	\$ 0,08	\$	0,08
Cierre (s)	1	\$ 0,20	\$	0,20
Etiqueta Textil	1	\$ 0,01	\$	0,01
Hilo			\$	0,23
MOD			\$	7,56
Otros Costos y Gastos			\$	1,52
Precio de Fabricación			\$	17,97
Utilidad		10%	\$	1,80
Precio de Venta			\$	20

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Donde para el caso del Hilo, MOD y Otros costos y gastos fueron asignados en función a la cantidad proporcional que cada prenda representa dentro de la producción de la microempresa.

Así como también se estableció márgenes de utilidad moderados de entre el 8% al 15% de acuerdo a la prenda, mismos que permitirán la permanencia y crecimiento de la actividad.

Tabla N° 68: Fijación de precios

PRENDAS	Damas (Tela Strech)	Caballeros (Tela Gabardina)	Caballeros (Tela Poliester)	Niños (Tela Gabardina)	Niños (Tela Poliester)
Ternos Completos	\$ 95	\$ 140	\$ 110	\$ 90	\$ 75
Pantalón	\$ 25	\$ 45	\$ 30	\$ 25	\$ 20
Chaqueta	\$ 70	\$ 95	\$ 80		
Chaleco		\$ 35	\$ 30		
Falda	\$ 22				

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Dichos precios se mantienen establecidos en valores inferiores a la competencia lo que implica un porcentaje menor de utilidad, que no afectará en gran magnitud al proyecto puesto que al producir y comercializar sin intermediarios ya supone una oportunidad de abaratar costos.

Así también en caso de prestar el servicio de confección de prendas personalizadas el valor a cobrar será el equivalente al costo de fabricación menos la cantidad económica invertida en la material tela sea esta Strech, Gabardina o Poliéster ya que de este recurso se encargará directamente el cliente.

3.13 Proyección de Precios

Para el cálculo de la proyección de precios se tomó en cuenta los precios de venta establecidos para cada producto en la Tabla N° 68, más el valor de la inflación acumulada a septiembre del 2016 que se ubica en 1.19%, Porcentaje que permite determinar los valores de incremento de precios.

Tabla N° 69: Proyección de precios para ropa de damas (Tela Strech)

Año	Damas – Tela Strech							
	Terno Completo		Pantalón		Chaqueta		Falda	
	Precio	Incremento	Precio	Incremento	Precio	Incremento	Precio	Incremento
1	\$ 95,0	\$ 1,13	\$ 25,0	\$ 0,30	\$ 70,0	\$ 0,83	\$ 22,0	\$ 0,26
2	\$ 96,1	\$ 1,14	\$ 25,3	\$ 0,30	\$ 70,8	\$ 0,84	\$ 22,3	\$ 0,26
3	\$ 97,3	\$ 1,16	\$ 25,6	\$ 0,30	\$ 71,7	\$ 0,85	\$ 22,5	\$ 0,27
4	\$ 98,4	\$ 1,17	\$ 25,9	\$ 0,31	\$ 72,5	\$ 0,86	\$ 22,8	\$ 0,27
5	\$ 99,6	\$ 1,19	\$ 26,2	\$ 0,31	\$ 73,4	\$ 0,87	\$ 23,1	\$ 0,27

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 70: Proyección de precios ropa para caballeros (Tela Gabardina)

Año	Caballeros – Tela Gabardina							
	Terno Completo		Pantalón		Chaqueta		Chaleco	
	Precio	Incremento	Precio	Incremento	Precio	Incremento	Precio	Incremento
1	\$ 140,0	\$ 1,67	\$ 45,0	\$ 0,54	\$ 95,0	\$ 1,13	\$ 35,0	\$ 0,42
2	\$ 141,7	\$ 1,69	\$ 45,5	\$ 0,54	\$ 96,1	\$ 1,14	\$ 35,4	\$ 0,42
3	\$ 143,4	\$ 1,71	\$ 46,1	\$ 0,55	\$ 97,3	\$ 1,16	\$ 35,8	\$ 0,43
4	\$ 145,1	\$ 1,73	\$ 46,6	\$ 0,55	\$ 98,4	\$ 1,17	\$ 36,3	\$ 0,43
5	\$ 146,8	\$ 1,75	\$ 47,2	\$ 0,56	\$ 99,6	\$ 1,19	\$ 36,7	\$ 0,44

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla N° 71: Proyección de ropa para caballeros (Tela Poliéster)

Año	Caballeros – Tela Poliéster							
	Terno Completo		Pantalón		Chaqueta		Chaleco	
	Precio	Incremento	Precio	Incremento	Precio	Incremento	Precio	Incremento
1	\$ 110,0	\$ 1,31	\$ 30,0	\$ 0,36	\$ 80,0	\$ 0,95	\$ 30,0	\$ 0,36
2	\$ 111,3	\$ 1,32	\$ 30,4	\$ 0,36	\$ 81,0	\$ 0,96	\$ 30,4	\$ 0,36
3	\$ 112,6	\$ 1,34	\$ 30,7	\$ 0,37	\$ 81,9	\$ 0,97	\$ 30,7	\$ 0,37
4	\$ 114,0	\$ 1,36	\$ 31,1	\$ 0,37	\$ 82,9	\$ 0,99	\$ 31,1	\$ 0,37
5	\$ 115,3	\$ 1,37	\$ 31,5	\$ 0,37	\$ 83,9	\$ 1,00	\$ 31,5	\$ 0,37

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla N° 72: Proyección de precios para ropa de niño (Tela Gabardina)

Año	Niños – Tela Gabardina			
	Terno Completo		Pantalón	
	Precio	Incremento	Precio	Incremento
1	\$ 90,0	\$ 1,07	\$ 25,0	\$ 0,30
2	\$ 91,1	\$ 1,08	\$ 25,3	\$ 0,30
3	\$ 92,2	\$ 1,10	\$ 25,6	\$ 0,30
4	\$ 93,3	\$ 1,11	\$ 25,9	\$ 0,31
5	\$ 94,4	\$ 1,12	\$ 26,2	\$ 0,31

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla N° 73: Proyección de precios de ropa para niño (Tela poliéster)

Año	Niños – Tela Poliéster			
	Terno Completo		Pantalón	
	Precio	Incremento	Precio	Incremento
1	\$ 75,0	\$ 0,89	\$ 20,0	\$ 0,24
2	\$ 75,9	\$ 0,90	\$ 20,2	\$ 0,24
3	\$ 76,8	\$ 0,91	\$ 20,5	\$ 0,24
4	\$ 77,7	\$ 0,92	\$ 20,7	\$ 0,25
5	\$ 78,6	\$ 0,94	\$ 21,0	\$ 0,25

Fuente: Estudio de Mercado

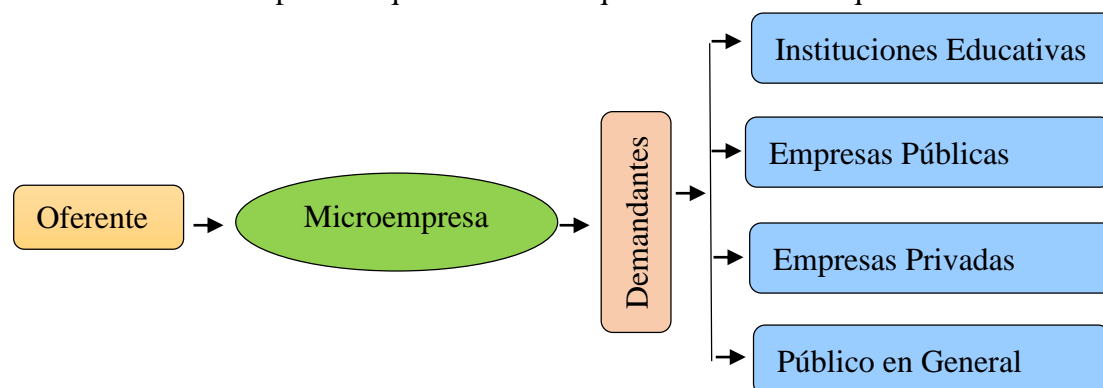
Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.14 Sensibilidad de la investigación

3.14.1 Comercialización

La microempresa manejará un sistema de comercialización directo con el cliente sin la presencia de intermediarios para la distribución del producto, lo cual permitirá que el bien ofertado llegue al consumidor a un precio similar o menor al de la competencia y de forma inmediata, contará con un local comercial de uso exclusivo para el negocio donde se exhibirán los diferentes productos que conforman el vestuario formal manteniéndolos a disponibilidad del cliente e incluso se considerará la posibilidad de ofrecer productos complementarios como zapatos, bisutería y accesorios para damas, caballeros y niños; así como también se prestará el servicio de costura para afinar detalles en las prendas que el cliente adquiera en caso de requerirlo.



Elaborado por: La Autora

Año: 2016

1.14.2 Producto

Cada uno de los productos fabricados por la microempresa, serán elaborados con la mayor calidad posible en lo referente a la mano de obra, el material en el cual serán confeccionadas las prendas elaboradas bajo medidas estándar serán telas como la gabardina, poliéster y estrech, mismas que variarán a razón del gusto del cliente en caso de requerir un producto personalizado, en el interior de la prenda se encontrará una etiqueta que contenga detalles de las instrucciones de lavado incluida la talla y el nombre de la microempresa, por la rigurosidad de estas prendas se mantendrán colgadas en ganchos metálicos con el propósito de evitar la aparición de arrugas y generar una buena impresión al cliente.

El vestuario formal de damas, caballeros y niños se encuentra conformado por una gran variedad de prendas entre ellas las que la microempresa ofrecerá son:

a) Sección Damas

- **Terno Completo**

El género femenino tiene menos definidos sus estilos ya que cuentan con una infinidad de gamas a la hora de vestir de una manera formal, generalmente el largo ideal de una chaqueta se ubica a la altura de las caderas, poseen escasa cantidad de botones y su denotación principal es la estilización a la forma del cuerpo; por otro lado, en cuanto a sus pantalones estos lucen una apariencia apretada hasta la altura de sus caderas, dando libertad a la apariencia que desea lucir en cuanto a su ancho y largo acoplado a las exigencias y requerimientos de los clientes.

Un terno formal para dama no únicamente se encuentra conformado por una chaqueta acompañada de un pantalón, existen varias combinaciones como por ejemplo la chaqueta con falda, vestido con abrigo, pantalón con blusa entre otras.

- **Chaqueta y Pantalón**

Estas prendas de igual manera conforman la estructura de un terno completo, pese a esto, los requerimientos de los clientes obligan su desarticulación de tal manera que puedan ser ofertados de forma individual permitiendo complementarlos con productos de otras gamas que brinden apariencias similares a la formalidad de estas prendas.

- **Faldas**

La falda es la prenda de vestir que caracteriza el vestuario formal de una dama su largo generalmente oscila hasta el alto de la rodilla, estas cuentan con un aglomerado número de diseños entre los cuales encontramos, las faldas tubo, acampanadas y rectas.

Cada modelo muestra su realce a través de su diseño, compostura y nitidez todo radica en la innovación y creatividad de quien las elabora.

b) Sección caballeros

- **Terno completo**

Esta prenda de vestir es una de las demandadas en el ámbito del vestuario formal masculino, generalmente se encuentra elaborada en telas oscuras que permiten resaltar el buen vestir de los caballeros acompañados de camisas claras y corbatas de llamativos colores sus estilos son:

Estilo Inglés. - Chaqueta holgada con bolsillos y solapa delgada, hombros moderados, ligeramente ajustada a la cintura con dos cortes en la parte trasera, y pantalón ceñido al cuerpo.

Estilo Italiano. - Chaqueta ajustada en la cintura con solapas anchas sin cortes en la parte inferior, hombros definidos, mangas estrechas y pantalón apretado en los muslos.

Estilo Clásico. - Chaqueta de cintura recta con una abertura trasera, bolsillos con solapa, hombreras discretas y pantalón holgado y recto.

- **Chaqueta y Pantalón**

Son prendas que conforman la estructura de un terno completo, sin embargo, es frecuente su adquisición de forma separada muchos prefieren lucir un estilo semiformal el cual únicamente es acompañado ya sea del pantalón o la chaqueta formal, combinando con el resto de su vestuario que se encuentra conformado por prendas menos rígidas pero que permiten mantener su estilo y elegancia al vestir.

- **Chaleco**

Constituye aquella prenda del género masculino que se luce entallada al cuerpo sin que esta se encuentre ajustada por completo, dicha prenda no puede ser usada desabotonada ya que perderá por completo su esencia de diseño y creación.

c) Sección niños

- **Terno completo**

Para el caso de los niños sus trajes no cuentan con diseños establecidos generalmente estos son elaborados de acuerdo a los estilos de los adultos, sin embargo, su variación se mantiene en el material y menor grado de rigurosidad en cuanto a su contexto.

- **Pantalón**

Es uno de los productos más demandados en la sección de niños ya que frecuentemente sus uniformes escolares se encuentran compuestos por pantalones formales que brindan una mejor presentación.

Sin embargo de acuerdo a la información obtenida tras los resultados arrojados de la aplicación de las encuestas a la población económicamente activa del Cantón Antonio Ante, se determinó que los productos sobre los cuales se dará mayor énfasis para el caso de las damas son: las chaquetas y pantalones, mientras que para los caballeros está conformado por ternos completos y pantalones, y finalmente para los niños, los pantalones ya que estas prendas reflejan un mayor consumo de acuerdo a la información presentada en la tabla N° 17, por lo que representarán la base del movimiento del negocio.

3.14.3 Precio

La fijación de los precios del conjunto de prendas de vestir que ofertará la microempresa se realizó en base a los costos y gastos incurridos en su fabricación y comercialización adicionados un margen de utilidad, mismos que se encuentran en concordancia con los establecidos actualmente

por los comercializadores de este tipo de prendas de vestir, considerando la posibilidad de variaciones en función a los gustos y preferencias de los clientes en cuanto a la materia prima de elaboración.

3.14.4 Plaza

El almacén de comercialización de los productos de la microempresa se encontrará ubicado en el centro de la ciudad de Atuntaqui ya que de acuerdo a la información proporcionada por la población es el espacio físico donde les gustaría encontrar las prendas de tipo formal por las condiciones favorables que presenta como el fácil acceso y traslado hacia el sitio.

Además, como una segunda estrategia se prevee presentar el producto en las ferias de los días viernes realizadas en el mercado de la ciudad ya que este espacio brinda la oportunidad de que gran cantidad de oferentes presenten sus productos a los consumidores, dentro de los cuales son escasos los oferentes de ropa formal por lo cual se obtendría una mayor posibilidad de ventas.

3.14.5 Promoción

Para insertar el producto al mercado y captar clientes la promoción a utilizar será descuentos en compras al por mayor y obsequios por la compra de cada prenda de vestir, dentro de los cuales se encontrarán pulseras para las damas, llaveros para los caballeros, y juguetes como carros y pelotas para los niños.

También se ofrecerá descuento de hasta un 10% en todas las prendas durante el primer mes de apertura del negocio.

Las estrategias de promoción para la venta de ropa formal que se mantendrán durante la vida del proyecto serán: la disminución de precios de hasta el 10% en todas las prendas por fechas celebres principalmente por Fin de año y carnaval ya que en estas festividades es cuando el Cantón recibe gran cantidad de visitantes por sus atractivos como el desfile de comparsas por el 31 de diciembre de cada año, y la expoferia Atuntaqui durante los días del feriado de carnaval.

Así también se mantendrán los descuentos en compras al por mayor, y los obsequios de productos como flores o bisutería pequeña por día de la mujer y la madre, esferos o llaveros para caballeros por día del padre y para los pequeñitos diversidad de juguetes por su día.

3.14.6 Publicidad

Para dar a conocer el producto y lograr su reconocimiento y distinción, la microempresa manejará un logotipo de identificación, el cual se compone de la siguiente manera:



- **Distinción:** exclusividad que refleja las prendas de vestir de tipo formal
- **Glamur:** Impacto y elegancia
- **Alta:** Calidad de las prendas
- **Costura:** Proceso indispensable de producción

Además, según los resultados obtenidos de la investigación de campo realizada, los posibles clientes mencionaron que les gustaría conocer sobre la existencia del producto mediante medios de comunicación como la radio, volantes y ferias.

Radio

La radio ocupa el primer lugar en cuanto a la preferencia de la población ya que a diario el público se mantiene sintonizado en una frecuencia, motivo por el cual para dar a conocer el producto se aprovechará la presencia de la estación radial 92.3 “La fábrica”, ubicada en la parroquia urbana de Andrade Marín perteneciente al Cantón Antonio Ante, misma que presta sus servicios a razón de un valor de 5,00 dólares por 2 anuncios diarios.

Volantes

El contenido de este medio publicitario detallará los productos ofertados, dirección del negocio y contendrá el logotipo de distinción de la microempresa con el fin de generar una visión clara en el cliente acerca de la imagen del negocio.

Ferias

El entorno textil que abarca el Cantón permite llevar a cabo la organización frecuente de ferias que dan a conocer los productos producidos por manos atuntauqueñas de grandes y pequeños negocios. Razón por la que la microempresa también será participe de dichos eventos con la finalidad de presentar al cliente la calidad y contexto de sus prendas y brindar un servicio satisfactorio al consumidor.

3.15 Conclusiones del estudio de mercado

Luego de haber realizado la investigación apropiada a cada una de las variables que componen el estudio de mercado se determina:

- La demanda potencial actual que se presenta en el cantón es altamente favorable con relación al nivel reducido de talleres dedicados exclusivamente a la actividad de producción de ropa formal, por lo que se determina que se cuenta con un amplio mercado al que se va a ofertar los productos.
- En cuanto a la oferta los resultados de la investigación muestran la existencia de un número reducido de locales de venta de ropa formal y semiformal, de los cuales la mayoría de estos no prestan servicios personalizados de diseño de prendas, mientras que aquellos que si lo hacen no cuentan en sus instalaciones con mercadería disponible para la venta, motivo por el cual no se logra cubrir en la totalidad los requerimientos de los demandantes.
- La investigación de campo realizada refleja las preferencias de los clientes en cuanto a los productos, se identifica que las prendas de mayor consumo para el segmento femenino son: las chaquetas y pantalones; para los caballeros: Ternos completos y pantalones; y para niños pantalones, dichas prendas son las que constituirán los productos principales de producción de la microempresa.
- Como resultado de las entrevistas realizadas a los productores de este tipo de prendas se pudo identificar que existe predisposición para la prestación de mano de obra calificada en caso de requerir el servicio de maquila.

- Los precios de las prendas de tipo formal no son estandarizados debido a la influencia que tiene el material en el que son elaboradas estos varían a razón de los gustos y preferencias de los clientes.
- En función a la información recabada mediante la aplicación de las encuestas se determinó que las estrategias de comercialización que la microempresa debe manejar para dar a conocer su producto son: radio, volantes y ferias.

Como resultado general se determina que desde el punto de vista del estudio de mercado si es factible continuar con el proyecto ya que tendrá una gran acogida por parte de la población tal como se muestra en las Tablas N° 15 y 16 que reflejan su grado de aceptación y consumo de los productos a ofertarse, así también se identificó que en la actualidad pese a que se cuenta con negocios dedicados a esta actividad no se ha logrado cubrir la demanda existente generando que los pobladores de la localidad se trasladen a lugares aledaños para conseguir los productos requeridos

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

4.1 Introducción

El estudio técnico es el análisis de los elementos relacionados con el funcionamiento y operatividad de la microempresa, que permite llevar a cabo la determinación de la ubicación, el tamaño y dimensión adecuada de las instalaciones del proyecto, así como también el requerimiento de maquinaria, personal, costos y gastos necesarios para el funcionamiento, identificando en términos cuantificables el tamaño de la inversión y las fuentes de financiamiento que se utilizarán para la puesta en marcha de la microempresa.

4.2 Objetivos del Estudio Técnico

4.2.1 Objetivo General

Elaborar el estudio técnico con la utilización de herramientas y metodologías de proyecciones financieras que permitan establecer el tamaño del proyecto, su macro localización, micro localización, capacidad productiva y recursos necesarios para su buen desempeño.

4.2.2 Objetivos específicos

Identificar la localización apropiada para el funcionamiento de la microempresa.

Analizar las características y condiciones propias del sector donde se ubicará el proyecto.

Establecer el tamaño y capacidad adecuada para la operatividad y buen desempeño del negocio.

Mostrar la distribución de las instalaciones que conforman el espacio donde se desarrollará las actividades de la microempresa.

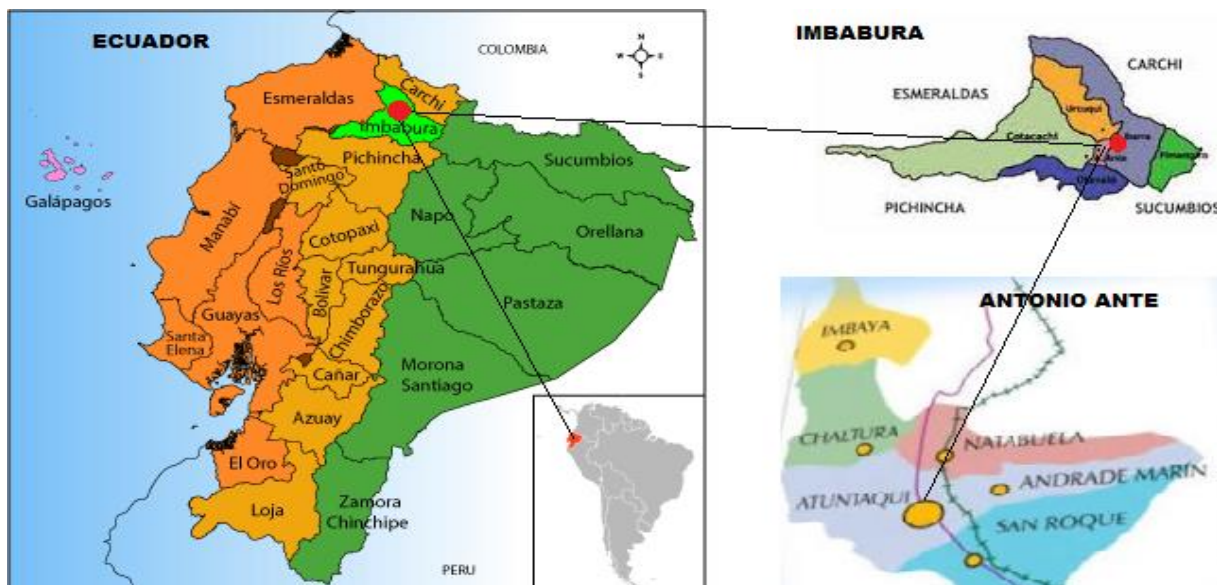
Cuantificar el presupuesto de inversión y financiamiento necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

4.3 Macro localización y Micro localización

4.3.1 Macro localización

El presente proyecto se encontrará ubicado en territorio ecuatoriano, provincia de Imbabura, en la ciudad de Atuntaqui perteneciente al Cantón Antonio Ante, ya que las condiciones geográficas y demográficas con las que cuenta el sector favorecen su instalación en la zona, como son el buen estado de las vías que brindan facilidad de acceso y la aglomeración de visitantes por ser considerado el centro industrial de la moda.

Gráfico N° 19: Macro localización del proyecto



Fuente: Google maps
Elaborado por: La Autora
Año: 2016




4.3.2 Micro localización

La micro localización del proyecto se desarrolla mediante la utilización del método de Gibson y Brown, que permite la valoración cuantitativa de los diferentes factores que inciden en la determinación del lugar apropiado de ubicación, utilizando series de puntuación del 1 al 10 asignadas en función a su peso de importancia que representan en la determinación del proyecto, así como también se establece una ponderación cuya sumatoria total máxima será 10 puntos permitiéndonos identificar la de mayor ponderación como la mejor opción.

Para el desarrollo de este proceso se tomó en cuenta aspectos significativos como:

- Disponibilidad de infraestructura
- Contacto con el mercado
- Proveedores de materia prima e insumos
- Mano de obra calificada
- Vías de acceso

Cuadro N° 8: Factores significativos de localización

Factor	Peso	Atuntaqui- Calle Rio Amazonas y Bolívar (Local esquinero, segundo piso)		Atuntaqui-Calle Bolívar y Olmedo		Atuntaqui – Calle Rio Amazonas y Eugenio Espejo (primer piso)	
							
		Punt.	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Disponibilidad de infraestructura	0,30	9	3	9	3	10	4
Contacto con el mercado	0,25	9	2	7	1,5	9	2
Proveedores de Materia prima e insumos	0,15	9	1,5	8	1,2	9	1,5
Mano de Obra Calificada	0,15	8	1,2	8	1,2	9	1,2
Vías de acceso	0,15	9	0,70	9	0,70	9	0,70
Total	1		8,4		7,6		9.4

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

De acuerdo con la información obtenida se determina que la mejor alternativa de localización para el presente proyecto es en la ciudad de Atuntaqui en las calles Rio Amazonas y Eugenio Espejo, favorecido por encontrarse ubicado en la vía de ingreso hacia el centro de la ciudad, lo que genera una considerable presencia de población en la vía, así como también brinda una gran oportunidad su cercanía al mercado de la localidad, sitio donde se llevan a cabo las ferias de los días viernes que atraen a gran cantidad de gente hacia sus instalaciones.

- **Disponibilidad de infraestructura**

El predio ubicado en las calles Río Amazonas y Eugenio Espejo se lo consideró como el más adecuado por la amplitud de sus instalaciones que facilitará el buen desempeño de la operatividad de la microempresa, mismo que será obtenido en alquiler con pagos mensuales de \$ 250 dólares.

- **Contacto con el mercado**

Al encontrarse ubicado en una de las vías de acceso al centro de la ciudad permite una visualización directa de sus instalaciones a los usuarios que circulan por la vía brindando la oportunidad de captar nuevos clientes, así también al mantener una cercanía a las instalaciones donde funciona el mercado de la localidad facilita una mayor promoción de los productos a ofertarse.

- **Proveedores de Materia Prima e Insumos**

La microempresa al encontrarse ubicada en el centro de la ciudad de Atuntaqui y contar con vías directas y aledañas en buen estado faculta la accesibilidad de los proveedores locales y de los alrededores hasta sus instalaciones para proveer los requerimientos solicitados por la misma.

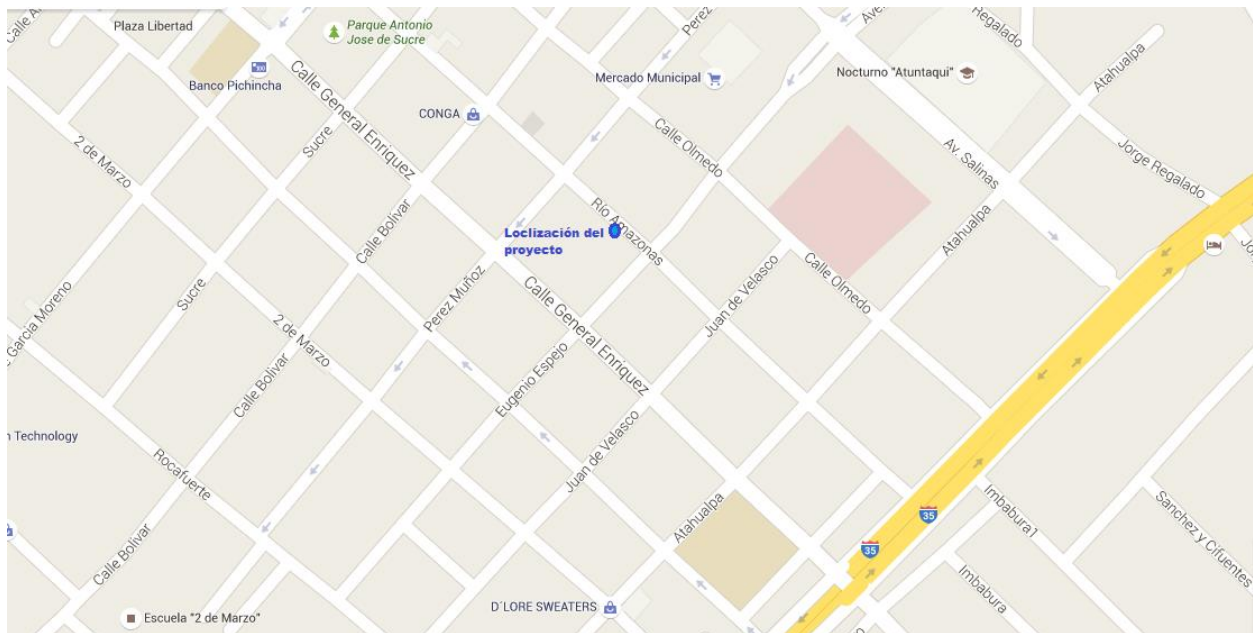
- **Mano de obra calificada**

La ciudad de Atuntaqui es el lugar que acoge a centenares de trabajadores vinculados al área textil, motivo por el cual se evidencia la disponibilidad de mano de obra calificada, misma que al provenir de los alrededores también se ve favorecida por la facilidad de transporte existente en la zona.

- **Vías de acceso**

La zona al ser considerada el centro industrial de la moda procura dar mantenimiento constante de las vías con el propósito de generar una buena imagen de presentación a propios y extraños, lo que permite un acceso fácil y sin complicaciones hacia la ciudad.

Gráfico N° 20: Micro localización del proyecto

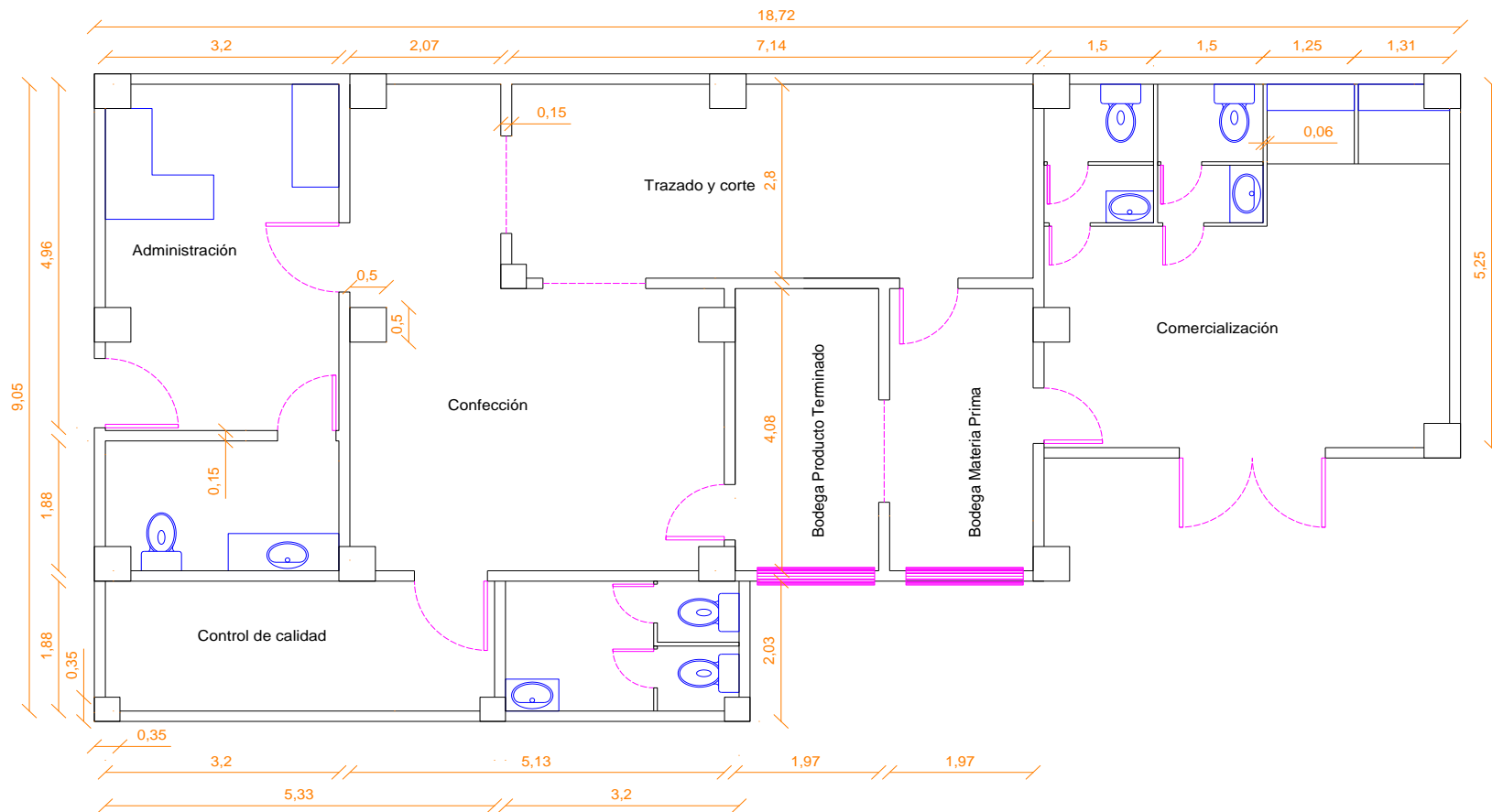


Fuente: Google maps
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.4 Ingeniería del proyecto

4.3.1 Distribución de la planta

Gráfico N° 21: Distribución de las instalaciones de la planta



La planta de funcionamiento de la microempresa se encuentra dividida en tres áreas pertenecientes a Administración, Producción, y Ventas tal como se muestra a continuación:

Tabla N° 74: Detalle de la distribución de la planta

Departamento	N°	Sección	M 2
Administración	10	Oficina	15,87
	11	Baño	6,00
Producción	1	Trazado y Corte	20,00
	2	Confección	26,70
	3	Control de Calidad	9,91
	4	Bodega de Materia Prima	8,00
	5	Bodega de Productos Terminados	8,00
	6	Baño	6,00
Ventas	7	Vestidores	3,58
	8	Espacio de Comercialización	20,63
	9	Baño	6,00
Total			130,69

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año. 2016

El área en la cual operará la microempresa tendrá un espacio de 130,69 metros cuadrados, lugar designado como adecuado para el buen funcionamiento de las actividades productivas que se desarrollarán en dichas instalaciones con el propósito de generar un nuevo producto que permita satisfacer un gusto o preferencia del mercado.

4.5 Tamaño del proyecto

La designación del tamaño adecuado para el proyecto corresponde a la capacidad de producción que tendrá la microempresa en diferentes lapsos de tiempo establecidos.

4.5.1 Disponibilidad de materia prima

La principal materia prima para la operatividad de la microempresa es la tela, misma que será adquirida en almacenes situados en la ciudad de Ibarra como son Mercantil Garzón, Sin Costuras y El globo, mientras que con relación a los insumos como broches, botones, hilos, cierres, reata entre otros serán adquiridos en los almacenes cercanos a las instalaciones de la microempresa con el fin de evitar incurrir en mayores gastos y contribuir con el desarrollo de la localidad.

4.5.2 Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra en el sector es una de las mayores ventajas que tiene el proyecto ya que Atuntaqui es el centro que alberga a cientos de trabajadores de la rama textil, así como también brinda formación académica complementada con la práctica en instituciones educativas como el Instituto Tecnológico Alberto Enríquez y en sus alrededores el Centro de Formación Artesanal San José de Natabuela , que permiten año tras año la incorporación de nueva mano de obra calificada a las instalaciones de producción ubicadas en la zona.

Para el buen funcionamiento de la planta de producción del proyecto, se contará con seis personas, que laborarán ocho horas diarias percibiendo una remuneración mensual de acuerdo con lo establecido en el código sectorial del IESS.

4.5.3 Disponibilidad de financiamiento

El estado a través del Banco Banecuador facilita la accesibilidad a créditos que financian propuestas de micro emprendimientos en actividades productivas, de comercio o servicios en varios sectores, desde 100 dólares hasta 20.000 dólares, a una tasa del 11.74% anual con un plazo de hasta 5 años.

Así también encontramos entidades de la localidad como la cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui Ltda. con su línea de crédito CUMPLEMETAS que apoya la producción y comercialización de productos y servicios, misma que otorga microcréditos desde 200 dólares hasta 20.000 dólares a una tasa de interés anual del 22% con plazos de hasta 48 meses.

Tras el análisis de las dos opciones crediticias se determinó que el proyecto será financiado mediante crédito bancario otorgado por Banecuador ya que al ser una institución promovida por el estado faculta mayores facilidades de pago a una tasa de interés más baja en relación a las presentadas por una entidad privada, el valor del crédito solicitado será de \$ 12.620 dólares a un lapso de tiempo de 5 años, con el pago de cuotas fijas trimestrales.

4.6 Capacidad Instalada

Para la determinación del volumen de producción que la microempresa está en capacidad de ofrecer se consideró el tiempo en minutos que se emplea en la fabricación de cada prenda obteniendo una sumatoria de 2.410 minutos en el bloque total, al contar con 6 personas en el área de producción de las cuales 5 se encargarán del proceso de confección y una del área de diseño, en un horario laboral de 8 horas diarias los cinco días de la semana, se determinó que se producirá 178 prendas mensuales distribuidas a razón de los porcentajes de requerimiento de los posibles clientes enfocando su mayor producción en chaquetas de mujer, ternos completos de hombre y pantalones de niño considerados como los productos más demandados por el mercado de acuerdo a la información obtenida en el estudio de mercado (Tabla N° 17).

Tabla N° 75: Producción - Capacidad instalada

Bloque de Producción	Tiempo utilizado en la confección Minutos	% de requerimiento de producción	Producción Semanal	Producción mensual	Producción anual
DAMAS					
Terno Completo	450	11%	5	19	231
Pantalón	60	9%	4	16	186
Chaqueta	390	17%	7	30	355
Falda	50	5%	2	10	115
CABALLEROS					
Terno Completo	450	20%	9	35	417
Pantalón	60	12%	5	21	257
Chaqueta	390	6%	3	10	124
Chaleco	90	4%	2	7	89
NIÑOS					
Terno completo	420	5%	2	9	106
Pantalón	50	12%	5	21	257
Total	2410	100%		178	2138

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Sin embargo, en el presente proyecto se trabajará con la capacidad utilizada mas no con la instalada con el propósito de disponer de un lapso de tiempo a favor que permita cubrir requerimientos extras de los clientes como pueden ser la utilización del servicio de costura, o la confección de prendas personalizadas.

Para ello se consideró los siguientes parámetros:

- Capacidad Instalada = 178 prendas
- Capacidad efectiva = 85%
- Capacidad de eficiencia = 85%

Donde tras efectuar los correspondientes cálculos ($178 \text{ prendas} * 0,85 * 0,85$), se determina que la producción mensual será 128 prendas mensuales, con un total de 1.531 al año llegando a cubrir un 21% de la demanda insatisfecha tal como se muestra en la siguiente tabla, pero además disponiendo de un espacio de tiempo que permita cubrir requerimientos extras de nuestros clientes.

Tabla N° 76: Producción - Capacidad utilizada

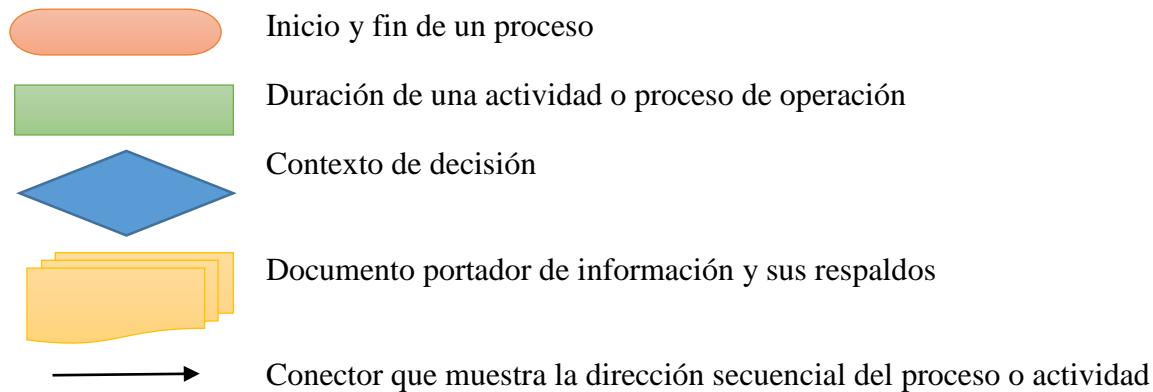
Bloque de Producción	Producción Mensual	Producción Anual	% de demanda insatisfecha a cubrir
DAMAS			
Terno Completo	14	165	23%
Pantalón	11	133	23%
Chaqueta	21	254	23%
Falda	7	83	23%
Subtotal	53	635	
CABALLEROS			
Terno Completo	25	299	25%
Pantalón	15	184	24%
Chaqueta	7	89	24%
Chaleco	5	64	25%
Subtotal	53	635	
NIÑOS			
Terno completo	6	76	12%
Pantalón	15	184	12%
Subtotal	22	260	
Total	128	1531	21%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

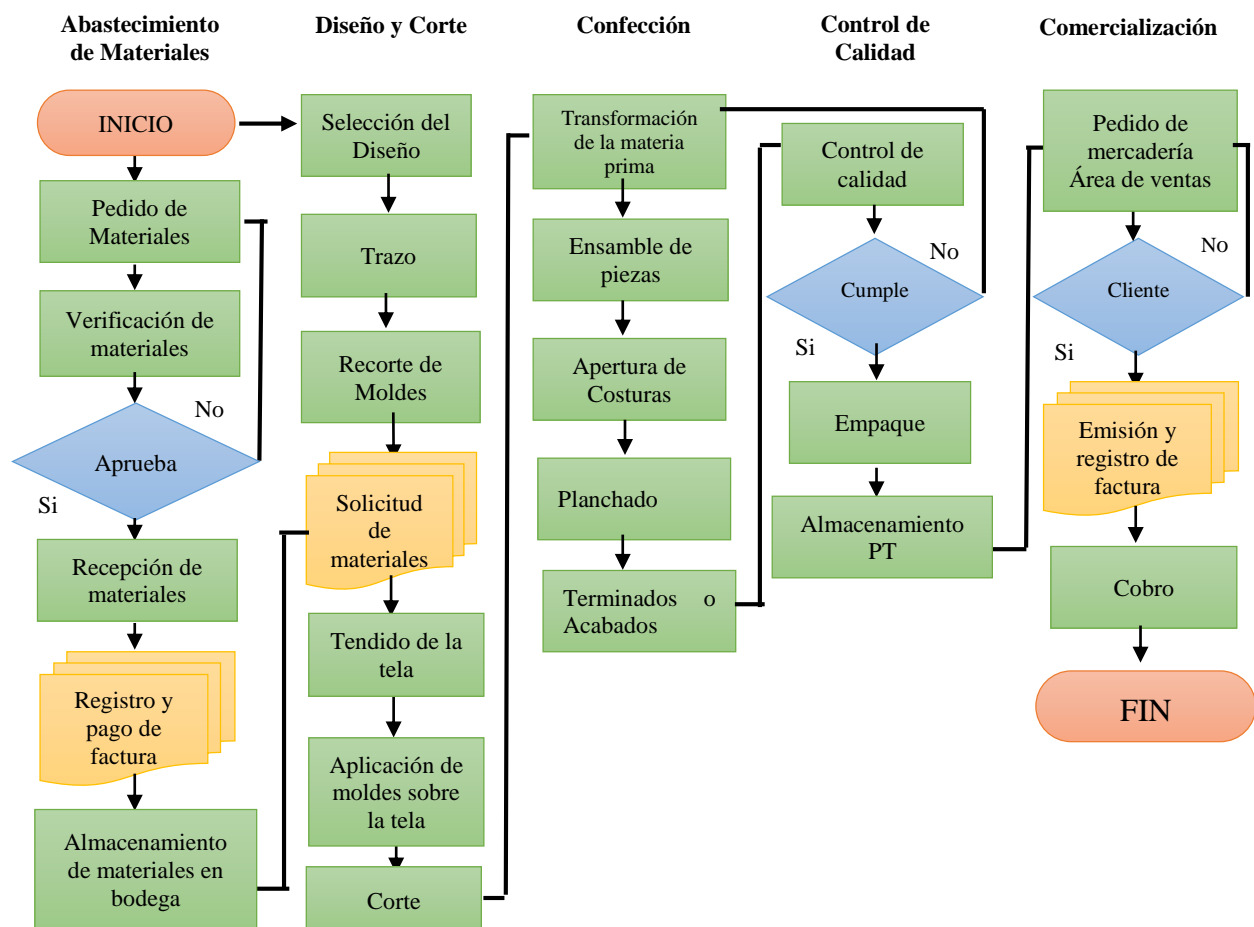
4.7 Diseño del proceso productivo

El proceso productivo de un negocio consta de todas las acciones y actividades que se efectuará en un determinado periodo de tiempo con el objeto de entregar un nuevo producto o servicio al mercado.

Simbología



4.6.1 Flujograma de procesos



Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

4.8 Descripción técnica del procesamiento

4.8.1 Proceso de abastecimiento de Materiales

Los materiales utilizados para la fabricación de las prendas serán adquiridos en almacenes de la localidad y de sus alrededores como es la ciudad de Ibarra.

Como inicio de este proceso se realiza el pedido de materiales, seguidamente se inspecciona el estado de los mismos, de cumplir con los requerimientos exigidos se procede a su compra caso contrario se efectúa una nueva elección que permita seleccionar los adecuados, y finalmente proceden a ser trasladados y almacenados en la bodega correspondiente.

4.8.2 Proceso de diseño y Corte

El diseño de una prenda se ve identificado por el gusto y preferencia del mercado, es así que dentro de esta área el primer paso es la selección del modelo de prenda que se va a producir, luego se procede al trazo de la estructura que conforma dicha prenda, con fin de evitar desperdicios de material se trabajará con moldes, los cuales una vez tendida la tela son emplantillados en la misma para llevar a cabo el proceso de corte.

4.8.3 Proceso de Confección

Es la acción de llevar a cabo la transformación de la materia prima gracias a la habilidad y destreza del talento humano conjuntamente con la ayuda técnica de maquinaria y tecnología, permitiendo la obtención de un producto terminado, se procede como primer paso al ensamble de las piezas que conformarán la prenda de vestir, seguidamente se recurre a la apertura de las costuras y planchado, y por último se da los terminados y acabados.

4.8.4 Proceso de Control de calidad

En este espacio se lleva a cabo la verificación de calidad de la producción que implica el recorte de hilos sobrantes y la identificación de fallas de costura o de material, con el propósito de ofrecer al mercado un buen producto que cubra sus expectativas y permita su satisfacción.

Una vez que el producto haya aprobado el control de calidad se procede al correspondiente empacado para que pueda ser almacenado y posteriormente vendido.

4.8.5 Proceso de Comercialización

El área de ventas es la encargada de mantener el abastecimiento de mercadería en las instalaciones del almacén, en caso de no disponer de mercadería se procede hacer el pedido mediante una orden de requisición al jefe de bodega de productos terminados, de tal manera que se disponga de forma inmediata los productos requeridos para que puedan ser ofrecidos al cliente.

Una vez que el cliente emita su opinión de aprobación del producto, se procede al correspondiente proceso de compra, mismo que será respaldado con una factura por el valor de la venta.

4.9 Requerimientos de maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo con el que se contará el proyecto para su buen funcionamiento será:

- **Maquina Overlock**



Fuente: Investigación propia

Maquina Overlock Industrial de cuatro hilos con motor electrónico que permita llevar a cabo el proceso de unión de piezas en la confección de las prendas, misma que también en caso de requerirlo trabajará con tres hilos y una ajuga para obtener una puntada más delgada.

- **Maquina Recta**



Fuente: Investigación propia

La Máquina Recta será de composición industrial, posee lubricación automática y realiza 4500 puntadas por minuto lo que permite obtener mayor eficiencia en el trabajo a desempeñarse.

- **Maquina Ojaladora**



Fuente: Investigación propia

Esta máquina permite realizar ocales en diferentes tamaños, cuenta con un cortador automático de ojal lo cual garantiza una mayor producción en menor tiempo.

- **Máquina Industrial Recubridora**



Fuente: Investigación propia

La Máquina Recubridora será de costura industrial con el fin de obtener un mayor rendimiento en el proceso de producción, será utilizada para realizar los acabados de las prendas.

- **Maquina Cortadora de tela circular**



Fuente: Investigación propia

La máquina cortadora de tela será de tipo circular ya que para el tipo de telas que se prevee utilizar se la considera como la más adecuada, además de que es ideal para cortar cantidades pequeñas de producción.

- **Plancha**



Fuente: Investigación propia

La plancha será de a vapor para obtener un planchado más rápido, de igual manera su contextura será pesada con el fin de conseguir un planchado de mayor nitidez.

- **Equipos varios**



Fuente: Investigación Propia

Las tijeras, cortahílos, pinza, cinta métrica, y la tiza son equipos que ayudarán en el proceso de productivo de las prendas, Así también tendremos las reglas de corte que serán de madera por su mayor duración, con ellas se llevará a cabo los trazos de las estructuras del diseño seleccionado para la producción.

4.10 Inversiones en propiedad, planta y equipo

Maquinaria y equipo

Una parte de la operatividad de la microempresa depende de la disponibilidad de maquinaria existente dentro de sus instalaciones que permita el desempeño de la mano de obra, por esta razón para el buen funcionamiento del sistema de producción se adquirirá lo siguiente:

Tabla N° 77: Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Precio U.	Precio Total
Máquina Overlock (4 hilos)	2	\$ 800	\$ 1.600
Máquina Recta	3	\$ 450	\$ 1.350
Máquina ojaladora	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Máquina Cortadora de tela circular	1	\$ 180	\$ 180
Máquina Industrial Recubridora	1	\$ 1.200	\$ 1.200
Maniquí Completo	6	\$ 160	\$ 960
Total			\$ 8.290

Fuente: TECNI MAQ
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Equipos de Computación

Para el desempeño del personal de administración y ventas se adquirirá equipos de computación que faciliten el trámite de sus actividades y permitan un buen desenvolvimiento dentro las respectivas áreas.

Tabla N° 78: Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Precio U.	Precio Total
Computador de escritorio Intel Core I3	2	\$ 715	\$ 1.430
Impresora HP	1	\$ 179	\$ 179
Total			\$ 1.610

Fuente: WORLD COMPUTERS
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Equipo de oficina

Son los suministros que permiten llevar a cabo el buen desempeño de las actividades del talento humano dentro del área de trabajo.

Tabla N° 79: Equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Precio U.	Precio Total
Teléfono Panasonic digital Kx-t630	1	\$ 89	\$ 89
Calculadora original Casio Fx 7400 G2	2	\$ 53	\$ 106
Total			\$ 195

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Muebles y enseres

Los muebles y enseres son objetos que ayudan en la operatividad de la microempresa, constituyen una inversión fija ya que son adquiridos al inicio de la actividad económica y por su naturaleza pueden ser reemplazados en un lapso de 10 años, tiempo en el que habrán culminado su vida útil.

Además, con el fin de facilitar la movilidad y comodidad se definen las medidas señaladas en la siguiente tabla, con el objeto de que puedan ser manejables de acuerdo a necesidad del personal.

Tabla N° 80: Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Precio U.	Precio Total	Observación
Administración				
Escritorio de oficina	1	\$ 200	\$ 200	Pequeño
Estantería de oficina	1	\$ 170	\$ 170	2 metros de alto por 1,25 metros de largo
Silla giratoria ergonómica	1	\$ 70	\$ 70	
Silla de espera estándar	2	\$ 23	\$ 46	
Producción				
Mesa de corte (tablero con patas movibles)	1	\$ 100	\$ 100	2,40 metros de largo por 80 cm. Ancho
Mesa de empaque (tablero con patas movibles)	1	\$ 100	\$ 100	2,40 metros de largo por 80 cm. Ancho
Mueble para insumos y materiales	1	\$ 150	\$ 150	1,50 metros de alto por 1,25 metros de largo
Estantería	2	\$ 170	\$ 340	2 metros de alto por 1,25 metros de largo
Silla con brazos – tapizada	6	\$ 31	\$ 186	
Ventas				
Mostrador	1	\$ 200	\$ 200	1 metro de alto por 1,50 metros de largo
Vitrina	1	\$ 250	\$ 250	1 metro de alto por 1,50 metros de largo
Estantería	1	\$ 170	\$ 170	2 metros de alto por 1,25 metros de largo
Escritorio	1	\$ 150	\$ 150	Pequeño
Silla giratoria ergonómica	1	\$ 70	\$ 70	
Silla de espera estándar	2	\$ 23	\$ 46	
Total		\$	2.248	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.11 Resumen inversión fija

La inversión fija necesaria para el funcionamiento de la microempresa se encuentra conformada por los activos mencionados en la siguiente tabla:

Tabla N° 81: Inversión fija

Descripción	Valores (\$)
Maquinaria y equipo	\$ 8.290
Equipos de Computación	\$ 1.610
Equipo de oficina	\$ 195
Muebles y Enseres	\$ 2.248
Total	\$ 12.343

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Esta se encuentra valorada en \$ 12.343 dólares, distribuidos en la adquisición de maquinaria, equipos y muebles destinados al funcionamiento del mismo.

4.12 Costos de producción

Materia prima directa e insumos

La materia prima directa para la elaboración de las prendas formales está conformada por telas como Stretch, Gabardina, y Poliéster adicionalmente se utiliza telas como Dacrón para los bolsillos de los pantalones, Tela fusionable que actúa como soporte y la tela Carola para los respectivos forros de las prendas.

En la siguiente tabla se muestra la unidad de medida en metros y centímetros requeridos por tipo de material en cada prenda

Tabla N° 82: Requerimiento de materia prima por prenda

Bloque de prendas	Tela Strech	Tela Gabardina	Tela Poliéster	Tela Dacrón	Tela Fusionable	Tela Carola
DAMAS						
Terno Completo	3 metros	0	0	0	0,5 cm	1,5 metros
Pantalón	1,25 metros	0	0	0	0	0
Chaqueta	1,75 metros	0	0	0	0,5 cm	1,5 metros
Falda	0,75 metros	0	0	0	0	0,5 cm
CABALLEROS						
Terno Completo	0	3 metros	3 metros	0,5 cm	0,5 cm	1,5 metros
Pantalón	0	1,25 metros	1,25 metros	0,5 cm	0	0
Chaqueta	0	1,75 metros	1,75 metros	0	0,5 cm	1,5 metros
Chaleco	0	0,75 metros	0,75 cm	0	0,5 cm	0,75 cm
NIÑOS						
Terno completo	0	2,25 metros	2,25 metros	0,5 cm	0,5 cm	1,25 metros
Pantalón	0	1 metro	1 metro	0,5 cm	0	0
Total, Material por tipo de tela	6,75 metros	10 metros	10 metros	2 metros	3 metros	8,5 metros

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Para la determinación de la cantidad de material para el lapso de tiempo de un mes, se tomó en cuenta la producción mensual de cada prenda (Tabla N° 76), multiplicada por la cantidad de material requerido por tipo de prenda (tabla N° 82) como se muestra a continuación:

Tabla N° 83: Cantidad requerida de MPD para prendas de damas (Tela strech)

TELA		STRECH		FUSIONABLE		CAROLA	
Producción mensual	Prenda	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material
14	Terno Completo	3	41,29	0,5	6,88	1,5	20,65
11	Pantalón	1,25	13,90			0	0,00
21	Chaqueta	1,75	37,06	0,5	10,59	1,5	31,77
7	Falda	0,75	5,16			0,5	3,44
Total			97,41		17,47		55,85

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

En el caso del material para las prendas de los caballeros, la producción se encuentra dividida en un 50% para la tela Gabardina y 50% para la tela Poliéster ya que se obtendrá el mismo tipo de prenda, pero en diferente material lo que permite disminuir el precio de venta para algunos productos.

Tabla N° 84: Cantidad requerida de MPD para prendas de caballeros (Tela Gabardina)

TELA		GABARDINA		DACRÓN		FUSIONABLE		CAROLA	
Producción mensual	Prenda	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material
12	Terno Completo	3	37,32	0,5	6,22	0,5	6,22	1,5	18,66
8	Pantalón	1,25	9,60	0,5	3,84	0	0,00	0	0,00
4	Chaqueta	1,75	6,49			0,5	1,85	1,5	5,56
3	Chaleco	0,75	1,99			0,5	1,32	0,75	1,99
	Total		55,39		10,06		9,40		26,21

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 85: Cantidad requerida de MPD para prendas de caballeros (Tela Poliéster)

TELA		POLIÉSTER		DACRÓN		FUSIONABLE		CAROLA	
Producción mensual	Prenda	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material
12	Terno Completo	3	37,32	0,5	6,22	0,5	6,22	1,5	18,66
8	Pantalón	1,25	9,60	0,5	3,84	0	0,00	0	0,00
4	Chaqueta	1,75	6,49			0,5	1,85	1,5	5,56
3	Chaleco	0,75	1,99			0,5	1,32	0,75	1,99
	Total		55,39		10,06		9,40		26,21

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

En el caso de las prendas para niños el material que se utilizará recibe el mismo tratamiento que el de los caballeros por cuanto su producción también será fabricada en los dos tipos de tela indicados.

Tabla N° 86: Cantidad requerida de MPD para prendas de niño (Tela Gabardina)

TELA		GABARDINA		DACRÓN		FUSIONABLE		CAROLA	
Producción mensual	Prenda	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material
3	Terno Completo	2,25	7,15	0,5	1,59	0,5	1,59	8,5	27,00
8	Pantalón	1	7,68	0,5	3,84			0	0,00
Total			14,82		5,43		1,59		27,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 87: Cantidad requerida de MPD para prendas de niño (Tela Poliéster)

TELA		POLIÉSTER		DACRÓN		FUSIONABLE		CAROLA	
Producción mensual	Prenda	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material
3	Terno Completo	2,25	7,15	0,5	1,59	0,5	1,59	8,5	27,00
8	Pantalón	1	7,68	0,5	3,84			0	0,00
Total			14,82		5,43		1,59		27,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Una vez determinada la cantidad de material por cada tipo de prenda tanto de damas, caballeros y niños se procede a realizar una consolidación de los totales con la finalidad de obtener una cantidad total de material para la producción mensual

Tabla N° 88: Resumen de la cantidad requerida de materia prima directa (metros)

TELA	STRECH	GABARDINA	POLIÉSTER	DACRÓN	FUSIONABLE	CAROLA
Damas	97				17,47	55,85
Caballeros		55	55,39	20,12	18,79	52,413
Niños		14,82	14,82	10,85	3,18	54,001
Total	97,4	70,2	70,2	31,0	39,4	162,3

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Luego de haber obtenido la cantidad de material necesario para la producción de un mes, se realiza la respectiva multiplicación por los correspondientes precios unitarios por metro de tela que permite determinar el valor total mensual en dólares que la microempresa deberá disponer para la adquisición de la materia prima directa.

Tabla N° 89: Costo mensual de la materia prima directa

Descripción	Requerimiento mensual de material (Metros)	Precio U.	Precio Total
Tela Strech	97,4	\$ 9,00	\$ 877
Tela Gabardina	70,2	\$ 14,00	\$ 983
Tela Poliéster	70,2	\$ 5,00	\$ 351
Tela Dacrón	31,0	\$ 2,75	\$ 85
Tela Fusionable	39,4	\$ 3,00	\$ 118
Tela Carola	162,27	\$ 2,00	\$ 325
Total Materia prima directa			\$ 2.739

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

El requerimiento mensual de material se encuentra conformado por la sumatoria de los totales de material de cada tipo de prenda de los tres segmentos de mercado indicados en la tabla N° 88

Mano de obra directa

El equipo de trabajo del área de producción estará conformado por seis personas, distribuidas una persona en el área de diseño que abarcará el trazado y corte de las prendas; y 5 operarios de los cuales uno de ellos será designado jefe de producción con el fin de mantener un control y guía del comportamiento de esta área, el valor de la remuneración se fija en función a los sueldos legalmente establecidos en el código sectorial del IESS, Institución encargada de estipular dichos valores de acuerdo a cada actividad desempeñada.

Tabla N° 90: Remuneración mensual MOD Producción

Denominación	# de personas	Sueldo
Diseñador (a)	1	\$ 367,64
Operarios 1	1	\$ 367,83
Operarios 2	1	\$ 367,83
Operarios 3	1	\$ 367,83
Operarios 4	1	\$ 367,83
Operarios 5	1	\$ 367,83
Total	6	\$ 2.206,79

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Costos indirectos de fabricación

Los valores considerados como CIF son aquellos que no tienen gran denotación dentro del proceso de producción, sin embargo, su importancia radica en que también contribuyen en su desarrollo.

- **Materia prima indirecta**

Tabla N° 91: Requerimiento de Materia prima indirecta por prenda

Prenda	Pelón	Hombreras	Botones	Cierres	Hilos	Reata	Hebilla	Ganchos
DAMAS								
Terno Completo	0,3 cm	1	9	1	1			
Pantalón	0,15 cm		1	1				
Chaqueta	0,15 cm	1	8					
Falda	0,15 cm		1	1				
CABALLEROS								
Terno Completo	0,52 cm	1	12	1	1	0,15 cm		1
Pantalón	0,12 cm		2	1		0,15 cm		1
Chaqueta	0,4 cm	1	10					
Chaleco			6				1	
NIÑOS								
Terno completo	0,4 cm	1	8		1			
Pantalón				1				
Total Material	2,19	5	57	6	3		1	
Indirecto	Metros	Pares	Unidad	Unidad	Unidad	0,3 Cm	Unidad	2 Unidad

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Dentro del presente proyecto se consideró como Materia prima indirecta a los indicados a continuación, considerando la producción mensual de prendas y su respectiva cantidad de requerimiento señalada en la tabla N° 91.

Tabla N° 92: Cantidad requerida de MPI para las prendas de damas

MATERIAL		PELÓN		HOMBRERAS		BOTONES		CIEERES	
Producción mensual	Prenda	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Producción mensual	Prenda
14	Terno Completo	0,3	4,13	1	14	9	124	1	14
11	Pantalón	0,15	1,67	0		1	11	1	11
21	Chaqueta	0,15	3,18	1	21	8	169	0	0
7	Falda	0,15	1,03	0		1	7	1	7
Total			10,01		35		311		32

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

El material indirecto para caballeros y niños fue calculado de manera conjunta para las prendas elaboradas en tela Gabardina y Poliéster ya que este tipo de recursos será, utilizados de igual de manera indiferente.

Tabla N° 93: Cantidad requerida de MPI para las prendas de caballeros

MATERIAL		PELÓN		HOMBRERAS		BOTONES		CIEERES		REATA	
Producción mensual	Prenda	Cant. por prenda	Total	Cant. por prenda	Total	Cant. por prenda	Total	Cant. por prenda	Total	Cant. por prenda	Total
25	Terno Completo	0,52	12,48	1	24	12	288	1	24	0,15	256,4
15	Pantalón	0,12	1,92	0	0	2	32	1	16	0,15	171
7	Chaqueta	0,4	3,20	1	8	10	80	0	0	0	0
5	Chaleco	0	0,00	0	0	6	36	0	0	0	0
Total			17,74		32		435		40		427,4

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 94: Cantidad requerida de MPI para las prendas de niño

MATERIAL		PELÓN		HOMBRERAS		BOTONES		CIEERES	
Producción mensual	Prenda	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Cantidad requerida por prenda	Total material	Producción mensual	Prenda
6	Terno Completo	0,4	2,54	1	6	8	50	0	0
15	Pantalón	0	0,00	0	0			1	15
Total			2,54		6		50		15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

El total material mensual requerido se determinó a través de la sumatoria de los totales incurridos tanto en prendas de damas, caballeros y niños obteniendo los datos presentados a continuación:

Tabla N° 95: Resumen de la cantidad requerida de MPI

TELA	PELÓN	HOMBRERAS	BOTONES	CIEERES	REATA	HEBILLAS	GANCHOS
Damas	10	35	311,30	32			
Caballeros	17,746	32	435,18	40,24	427,43	4,0	29
Niños	2,5412	6,35	50,82	15,35			
Total	30,3	74	797	87	427,4	4,0	29,0

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Así también para la identificación del monto económico que representa este rubro se efectuó el correspondiente cálculo por los precios unitarios de cada material.

Tabla N° 96: Costo mensual de MPI

Descripción	Cantidad mensual requerida	Precio U.	Precio Total
Pelón (metros)	30,29	\$ 2,00	\$ 60,59
Hombreras	74	\$ 0,70	\$ 51,51
Botones	797	\$ 0,08	\$ 63,78
Cierres	87	\$ 0,20	\$ 17,47
Hilo	43	\$ 2,30	\$ 98,90
Reata	427,43	\$ 0,40	\$ 170,97
Hebilla	4	\$ 0,20	\$ 0,80
Ganchos	29	\$ 0,05	\$ 1,45
Etiquetas Textil	128	\$ 0,01	\$ 1,53
Total			\$ 467,01

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

La cantidad de etiquetas textiles se determinó en función a la producción total mensual de 128 prendas ya que indiferentemente del tipo de prenda este elemento será incluido en la producción.

- **Mano de obra indirecta**

En el área de producción se contratará el servicio de mantenimiento para la maquinaria 2 veces al año a un valor de \$ 35 dólares.

Tabla N° 97: Mano de obra indirecta

Descripción	# de prestación de servicio	Precio U.	Total
mantenimiento de maquinaria	2	\$ 35,00	\$ 70,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

- **Otros Costos Indirectos**

Aquí se considera los costos adicionales necesarios para llevar a cabo el funcionamiento del proyecto que se encuentran vinculados con su funcionamiento en condiciones normales.

Tabla N° 98: Otros costos indirectos

Descripción	# de prestación de servicio	Precio U.	Total
Juego de reglas sastre	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Tijera (Metálica)	2	\$ 13,00	\$ 26,00
Plastiflecha	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Cortahíos	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Plancha de vapor (Oster)	2	\$ 39,70	\$ 79,40
Cinta métrica	5	\$ 0,30	\$ 1,50
Tiza	10	\$ 0,15	\$ 1,50
Agujas (10 unidades/ caja)	5	\$ 3,25	\$ 16,25
Aceite de maquina	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Silicona de maquina	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Mascarillas (caja de 100 unidades)	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Mandiles del personal	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Energía eléctrica	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Agua	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Arriendo (proporcional del área de producción)	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Trasporte	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Subtotal			\$ 382,15
Depreciación Maquinaria y equipo	1		\$ 746,10
Depreciación equipos de computación	1		\$ 482,88
Depreciación muebles y enseres	1		\$ 164,70
Total			\$ 1.775,8

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.13 Gastos de administración

4.13.1 Gastos de Constitución

Los valores detallados como gastos de constitución son los que se incurrirán con el fin de obtener todos los documentos legales necesarios que permitan llevar a cabo el funcionamiento de la actividad económica, así también se estableció un 40% del monto total como medida de precaución ante la posible presencia de los riesgos donde se pondrá en práctica el plan de contingencia indicado en el Capítulo I (Cuadro N°4)

Tabla N° 99: Gastos de constitución

Descripción	Valor (\$)
RUC	\$ -
Permiso Municipal	
Tasa por servicios técnicos administrativos	\$ 4,00
Certificado de no adeudar al municipio	\$ 12,00
Patente	\$ 20,00
Permiso de Bomberos	
Tasa contra incendios	\$ 4,00
Pago por derecho de permiso de funcionamiento	\$ 40,00
Pago de garantía de arriendo	\$ 150,00
Gastos de capacitación al personal de producción	\$ 70,00
Subtotal	\$ 300,00
Imprevistos 40%	\$ 120,00
Total	\$ 420,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.13.2 Remuneración del personal administrativo

En el área administrativa se contará con una persona cuyo cargo es el de Gerente General de la microempresa con una remuneración mensual de 400 dólares.

Tabla N° 100: Remuneración mensual Administración

Denominación	# de personas	Sueldo
Gerente General	1	\$ 400,00
Contador (a)	1	\$ 30,00
Total	2	\$ 430,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Además, se contratará mensualmente los servicios de contabilidad a un precio de 30 dólares ya que por la magnitud del proyecto no se requiere mantener este servicio de forma permanente en las instalaciones.

4.13.3 Otros gastos administrativos

Para el buen desempeño del área administrativa se incurrirá en otros gastos dentro de los que estarán contenidos uno de los servicios básicos como es el servicio de teléfono y los insumos necesarios para el desarrollo de las actividades.

Tabla N° 101: Otros gastos administrativos

Descripción	Cantidad	Precio U.	Precio Mensual Total
Servicios básicos			
Teléfono	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Suministros			
Resma de papel	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Tinta de impresora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Total			\$ 24,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.14 Gastos de ventas

Para el área de ventas se contratará una persona cuya remuneración mensual será de 375.6 dólares más los beneficios de ley en cumplimiento con lo establecido en el código sectorial manejado por

el IESS, la función primordial de la persona que se encuentre a cargo de esta área será mantener una buena atención al cliente, con el fin de ofrecer un servicio y producto de calidad.

Tabla N° 102: Remuneración mensual del personal de ventas

Denominación	# de personas	Sueldo
Vendedor	1	\$ 375,59

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.14.1 Gastos de publicidad

Para dar a conocer el producto se utilizarán medios de comunicación como radio y volantes, los anuncios de radio serán efectuados en la frecuencia 92.3 La fábrica, emisora situada en la localidad cuyo valor diario es de 4,00 dólares por dos anuncios y con respecto a los volantes serán impresos la cantidad de 1800 volantes al mes a un precio de 0,05 ctvs., dicha publicidad se mantendrá por un lapso de tiempo de seis meses.

Tabla N° 103: Gastos de publicidad

Descripción	Cantidad	Costo U.	Valor mensual
Anuncios en la frecuencia de radio 92.3 "La fábrica"	56	\$ 2,00	\$ 112,00
Volantes	1800	\$ 0,05	\$ 90,00
Llaveros	20	\$ 0,80	\$ 16,00
Pulseras	20	\$ 0,80	\$ 16,00
Pelotas para niño	20	\$ 0,80	\$ 16,00
Total			\$ 250,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.14.2 Otros gastos de ventas

Se encuentra conformado por aquellos gastos necesarios en los que se debe incurrir para el funcionamiento normal de la actividad de venta de los productos que ofertará la microempresa, donde también se encuentra incluido el valor proporcional del arriendo correspondiente a la respectiva área.

Tabla N° 104: Suministros de Ventas

Descripción	Cantidad	Costo U.	Valor mensual
Arriendo (Proporcional área de ventas)	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Suministros			
Etiquetas Adhesivas	144	\$ 0,004	\$ 0,51
Fundas de empaque	144	\$ 0,25	\$ 36,00
Plastiflechas (Paquete)	2	\$ 0,90	\$ 1,80
Armadores colgadores de acero	24	\$ 0,75	\$ 18,00
Total			\$ 156,31

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.15 Capital de trabajo

Para el presente proyecto el capital de trabajo se encuentra conformado por los costos y gastos de producción, administración y ventas que se efectúan en el corto plazo para mantener la adecuada operación de las actividades productivas del negocio. El resumen de las cuentas que conforman el capital de trabajo se presenta a continuación:

Tabla N° 105: Capital de trabajo

Descripción	Valor mensual
Costos de producción	
Materia prima directa	\$ 2.738,82
Mano de obra directa	\$ 2.206,79
Costos indirectos de fabricación	\$ 919,16
Gastos de administración	
Remuneración	\$ 430,00
Servicios Básicos	\$ 10,00
Suministros Administrativos	\$ 14,00
Gastos de ventas	
Remuneración	\$ 375,59
Publicidad	\$ 250,00
Arriendo (Proporcional área de ventas)	\$ 100,00
Suministros de ventas	\$ 56,31
Total capital de trabajo	\$ 7.100,67

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Los valores indicados en la tabla anterior reflejan el monto de dinero en efectivo con el que la microempresa necesita contar para el desarrollo de sus actividades de forma normal sin interrupciones por un lapso de tiempo mensual.

4.16 Inversión total

La inversión total que requiere el presente proyecto se encuentra conformada por la sumatoria de la inversión fija, Inversión diferida y el monto total de capital de trabajo de un mes.

Definiendo como inversión fija a la maquinaria, equipo y muebles que serán adquiridos al iniciar la actividad económica cuya duración sobrepasa más de un año, pero se acompaña de un desgaste continuo con el pasar del tiempo conocido como depreciación.

Por otro lado, tenemos la Inversión Diferida, misma que contiene los valores que serán incurridos a consecuencia del proceso de constitución de la microempresa los cuales serán amortizados en el transcurso del tiempo.

Y finalmente encontramos el capital de trabajo que constituye aquel monto de dinero en efectivo con el que el negocio deberá contar para el correcto funcionamiento de la actividad económica.

Tabla N° 106: Inversión Total

Descripción	Valor (\$)	
Inversión Fija	\$	12.343
Inversión Diferida	\$	420,00
Inversión capital de trabajo	\$	7.100,67
Total	\$	19.863

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

El valor que constituye la inversión total para la puesta en marcha del proyecto se encuentra en 19.863 dólares.

4.17 Financiamiento

La puesta en marcha de un negocio implica en su mayoría la recurrencia a un endeudamiento con el fin de aprovechar una oportunidad de mercado para ofertar un bien o servicio, que refleje una retribución de beneficio propio.

El presente proyecto será financiado un 36% con capital propio y el 64% con un crédito otorgado por el Banco Banecuador a una tasa de interés del 11.74 % anual con el pago cuotas fijas trimestrales por el lapso de 5 años.

Tabla N° 107: Financiamiento

Descripción	Valor	Porcentaje
Capital Propio	\$ 7.243	36%
Crédito	\$ 12.620	64%
Total Inversión	\$ 19.743	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis del capítulo

El desarrollo del estudio técnico del presente proyecto permitió definir la ubicación y el tamaño adecuado de la planta de producción y comercialización de la microempresa, determinando su capacidad de operación instalada bajo condiciones normales, así como también los requerimientos de maquinarias, equipos y materiales con los que deberá contar para su buen funcionamiento cada uno de estos elementos evaluados y costeados de acuerdo al precio del mercado actual, valores que reflejan los montos monetarios con los que se deberá contar para la puesta en marcha del negocio.

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

5.1 Introducción

El estudio financiero es la parte elemental para la toma de decisiones del inversionista ya que a través de las proyecciones establecidas en base a la información obtenida en el estudio de mercado y el estudio técnico, permite generar una idea clara del comportamiento económico que mantendrá el proyecto en el tiempo, englobando las variables que definen el crecimiento tanto en cantidad como precios mismas que determinan la capacidad de producción y endeudamiento del mismo, Así también refleja la viabilidad, rentabilidad y permanencia en el tiempo mediante el análisis de los recursos económicos que retribuirán durante el desarrollo de su actividad desempeñada en condiciones normales.

5.2 Objetivos del estudio financiero

5. 1.1 Objetivo General

Formular el estudio financiero aplicando técnicas, instrumentos e indicadores económicos que permitan determinar si es proyecto es rentable.

5.1. 2 Objetivos Específicos

Proyectar e identificar los valores económicos necesarios para la operación del proyecto

Determinar el nivel de ingresos y gastos que generará el proyecto.

Analizar los rubros que conforman los costos y gastos de administración, producción y ventas.

Establecer las remuneraciones del personal de acuerdo a lo fija la ley.

Evaluar la viabilidad del proyecto mediante indicadores financieros.

5.3 Determinación de Ingresos Projectados

Las variables que intervienen en la proyección de ingresos con relación a la cantidad y precio son:

- Tasa de crecimiento poblacional que se encuentra en el 2.5% para el Cantón Antonio Ante según datos estadísticos del INEC identificada en el Capítulo I (Tabla N° 1)
- Tasa de inflación acumulada a septiembre del 2016 del 1,19% Banco Central del Ecuador.

En base a los dos factores mencionados se efectúa los correspondientes cálculos de proyección de cada uno de los elementos que forman parte de presente proyecto con el propósito de establecer cifras económicas que muestren el comportamiento de la microempresa en el transcurso del tiempo.

La cantidad de producción del año 1 es tomada de la capacidad utilizada detallada en el Estudio Técnico tabla N° 71, que representa el nivel de producción que se ofrecerá al mercado, así como también el precio unitario por cada tipo de prenda es extraído de la tabla N° 68 donde fueron establecidos los precios de venta de las prendas formales.

Tabla N° 108: Proyección de Ingresos

Detalle	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
Productos	Cant.	Precio U.	Total Anual	Cant.	Precio U.	Total Anual	DAMAS (Tela stretch)			Cant.	Precio U.	Total Anual	Cant.	Precio U.	Total Anual
							Cant.	Precio U.	Total Anual						
Terno Completo	165	95	15.692	169	96,1	16.246	173	97,3	16.828	177	98,4	17.422	181	99,6	18.028
Pantalón	133	25	3.335	137	25,3	3.466	140	25,6	3.584	144	25,9	3.730	148	26,2	3.879
Chaqueta	254	70	17.788	260	70,8	18.417	267	71,7	19.137	274	72,5	19.873	281	73,4	20.623
Falda	83	22	1.817	85	22,3	1.892	87	22,5	1.960	89	22,8	2.029	91	23,1	2.099
Subtotal	635		38.633	651		40.021	667		41.510	684		43.054	701		44.630
CABALLEROS (Tela Gabardina)															
Terno Completo	149	140	20.901	153	141,7	21.675	157	143,4	22.506	161	145,1	23.354	165	146,8	24.219
Pantalón	92	45	4.145	94	45,5	4.280	96	46,1	4.423	98	46,6	4.569	100	47,2	4.718
Chaqueta	44	95	4.225	46	96,1	4.422	47	97,3	4.572	48	98,4	4.725	49	99,6	4.881
Chaleco	32	35	1.112	33	35,4	1.169	34	35,8	1.218	35	36,3	1.269	36	36,7	1.321
Subtotal	318		30.383	326		31.546	334		32.720	342		33.918	351		35.139
CABALLEROS (Tela Poliéster)															
Terno Completo	149	110	16.423	153	111,3	17.030	157	112,6	17.683	161	114,0	18.350	165	115,3	19.029
Pantalón	92	30	2.764	94	30,4	2.854	96	30,7	2.949	98	31,1	3.046	100	31,5	3.145
Chaqueta	44	80	3.558	46	81,0	3.724	47	81,9	3.850	48	82,9	3.979	49	83,9	4.110
Chaleco	32	30	953	33	30,4	1.002	34	30,7	1.044	35	31,1	1.088	36	31,5	1.132
Subtotal	318		23.697	326		24.609	334		25.527	342		26.463	351		27.417
NIÑOS (Tela Gabardina)															
Terno Completo	38	90	3.431	39	91,1	3.552	40	91,1	3.643	41	91,1	3.734	42	91,1	3.825
Pantalón	92	25	2.303	94	25,0	2.350	96	25,0	2.400	98	25,0	2.450	100	25,0	2.500
Subtotal	130		5.734	133		5.902	136		6.043	139		6.184	142		6.325
NIÑOS (Tela Poliéster)															
Terno Completo	38	75	2.859	39	75,9	2.960	40	76,8	3.072	41	77,7	3.186	42	78,6	3.303
Pantalón	92	20	1.842	94	20,2	1.902	96	20,5	1.966	98	20,7	2.031	100	21,0	2.097
Subtotal	130		4.701	133		4.862	136		5.038	139		5.217	142		5.400
TOTAL	1.531		103.148	1.569		106.940	1.607		110.837	1.646		114.835	1.687		118.910

Fuente: Estudio de mercado y Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

5.4 Determinación de los Egresos

Los egresos son desembolsos de dinero efectuados con la finalidad de dar movimiento a la actividad económica de un negocio, para el presente proyecto se encuentran conformados por costos y gastos que se incurrirán en recursos necesarios por concepto de Materia Prima, Mano de Obra y Costos Indirectos de Fabricación para la elaboración del producto ropa formal que ofertará la microempresa, esperando obtener su recuperación más un porcentaje adicional de ganancia que favorezca la operatividad y permanencia del proyecto en el tiempo.

Los valores monetarios proyectados que se presentan son aquellos necesarios para el buen funcionamiento del proyecto, mismos que son establecidos en función a la capacidad de producción con la que operará la microempresa indicada en la tabla N° 76 del estudio técnico, analizados conjuntamente con los criterios de la tasa de crecimiento poblacional del cantón para la proyección de la cantidad, y la tasa de inflación acumulada a septiembre del 2016 para la proyección de los precios.

5.5 Costos de Producción

5.5.1 Materia Prima Directa

La materia prima directa para la fabricación de las prendas de vestir de tipo formal se encuentra conformada por las telas Strech, Gabardina y Poliéster. Así también por la cantidad empleada y el costo que representan se incluyó a las telas Dacrón, Fusionable y Carola.

Para la determinación del requerimiento anual de MPD se tomó en cuenta el requerimiento mensual de material establecido en el capítulo técnico tabla N° 88 multiplicado por los meses del

año, obteniendo como resultado la cantidad de metros anuales necesarios para la producción, mismo que fueron multiplicados por el precio unitario para la determinación del costo total.

Tabla N° 109: Cálculo del costo Anual - Materia Prima

Materia Prima Directa	Requerimiento mensual (Metros)	meses	Q Metros	Precio U.	Costo Total Anual
Tela Strech	97,4	12	1168,96	\$ 9,00	\$ 10.520,63
Tela Gabardina	70,2		842,57	\$ 14,00	\$ 11.796,00
Tela Poliéster	70,2		842,57	\$ 5,00	\$ 4.212,86
Tela Dacrón	31,0		371,65	\$ 2,75	\$ 1.022,04
Tela Fusionable	39,4		473,30	\$ 3,00	\$ 1.419,90
Tela Carola	162,3		1947,21	\$ 2,00	\$ 3.894,41
Total					\$ 32.865,84

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Para la proyección del costo anual de Materia prima se trabajó con la tasa de crecimiento poblacional del 2.5% para la determinación de la cantidad y para los precios la tasa de inflación acumulada que es del 1,19%.

Tabla N° 110: Proyección Materia Prima Directa

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tela Strech	\$ 10.520,6	\$ 10.912,0	\$ 11.317,9	\$ 11.738,9	\$ 12.175,5
Tela Gabardina	\$ 11.796,0	\$ 12.234,8	\$ 12.689,9	\$ 13.161,9	\$ 13.651,5
Tela Poliéster	\$ 4.212,9	\$ 4.369,6	\$ 4.532,1	\$ 4.700,7	\$ 4.875,5
Tela Dacrón	\$ 1.022,0	\$ 1.060,1	\$ 1.099,5	\$ 1.140,4	\$ 1.182,8
Tela Fusionable	\$ 1.419,9	\$ 1.472,7	\$ 1.527,5	\$ 1.584,3	\$ 1.643,3
Tela Carola	\$ 3.894,4	\$ 4.039,3	\$ 4.189,5	\$ 4.345,4	\$ 4.507,0
Total	\$ 32.865,8	\$ 34.088,4	\$ 35.356,4	\$ 36.671,5	\$ 38.035,6

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.5.2 Mano de Obra Directa

Los costos de Mano de Obra Directa son fijados de acuerdo a la determinación del nivel de demanda y la cantidad de producción establecida según a la capacidad utilizada de la microempresa.

En el área de producción se contará con seis personas de las cuales cinco tendrán la denominación de operarios y uno será el encargado del diseño y corte de la producción, sus remuneraciones son fijadas de acuerdo a lo establecido por el IESS en el código sectorial, donde se asigna el valor razonable de retribución económica por la prestación de un servicio amparados con todos los beneficios de ley.

Para el cálculo del Ingreso anual se efectuó la multiplicación del sueldo mensual por los 12 meses del año, El aporte patronal es del 12.15% del ingreso anual, el décimo tercero es igual a la totalidad de ingresos divididos para 12 y el décimo cuarto igual a un salario básico unificado.

Tabla N° 111: Rol de pagos Anual - Producción

Denominación	Sueldo	Ing. Anual	Aporte patronal 12.15%	D. Tercero	D. Cuarto	Total Año 1
Diseñador (a)	\$ 367,6	\$ 4.411,7	\$ 536,0	\$ 367,6	\$ 366,0	\$ 5.681,3
Operario 1	\$ 367,8	\$ 4.414,0	\$ 536,3	\$ 367,8	\$ 366,0	\$ 5.684,1
Operario 2	\$ 367,8	\$ 4.414,0	\$ 536,3	\$ 367,8	\$ 366,0	\$ 5.684,1
Operario 3	\$ 367,8	\$ 4.414,0	\$ 536,3	\$ 367,8	\$ 366,0	\$ 5.684,1
Operario 4	\$ 367,8	\$ 4.414,0	\$ 536,3	\$ 367,8	\$ 366,0	\$ 5.684,1
Operario 5	\$ 367,8	\$ 4.414,0	\$ 536,3	\$ 367,8	\$ 366,0	\$ 5.684,1
Total						34.101,8

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Las proyecciones de los valores de Mano de Obra Directa para el área de producción son realizadas aplicando la tasa promedio de crecimiento que es del 6% resultante de las variaciones del sueldo básico unificado de los últimos 5 años, considerando a partir del año dos el pago de fondos de reserva y vacaciones.

Tabla N° 112: Calculo de la tasa promedio del SBU

Año	Salario Básico Unificado	% de crecimiento (1-(354/366))
2016	\$ 366,00	3,28
2015	\$ 354,00	3,95
2014	\$ 340,00	6,47
2013	\$ 318,00	7,55
2012	\$ 294,00	10,20
2011	\$ 264,00	
Crecimiento promedio del SBU		0,0629

Fuente: Ministerio de Trabajo
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Para el cálculo del año 2 también se agregó el valor por concepto de fondos de reserva, beneficio que les otorga la ley a los empleados que hayan cumplido un año de labor en la entidad.

Tabla N° 113:Proyección de la Mano de Obra Directa

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo	\$ 26.481,5	\$ 28.147,4	\$ 29.918,2	\$ 31.800,4	\$ 33.801,0
Fondos de reserva	\$ -	\$ 2.206,8	\$ 2.345,6	\$ 2.493,2	\$ 2.650,0
Aporte patronal	\$ 3.217,5	\$ 3.419,9	\$ 3.635,1	\$ 3.863,7	\$ 4.106,8
13er Sueldo	\$ 2.206,8	\$ 2.345,6	\$ 2.493,2	\$ 2.650,0	\$ 2.816,7
14to Sueldo	\$ 2.196,0	\$ 2.334,2	\$ 2.481,0	\$ 2.637,1	\$ 2.803,0
Vacaciones	\$ -	\$ 1.172,8	\$ 1.246,6	\$ 1.325,0	\$ 1.408,4
Total	\$ 34.101,8	\$ 39.626,7	\$ 42.119,7	\$ 44.769,5	\$ 47.585,9

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.5.3 Costos Generales de Fabricación

- **Materia prima Indirecta**

Está integrada por materiales como pelón, hombreras, botones, cierres, hilo, reata, hebillas, ganchos y etiquetas textiles que son utilizados dentro del proceso de producción para la fabricación de las prendas, sin embargo, por su poca significancia dentro del proceso productivo se les denomina como materiales indirectos.

Su cálculo se efectuó en función a la cantidad mensual de material requerido indicado en la tabla N° 95, multiplicado por los meses del año y sus respectivos precios.

Tabla N° 114: Cálculo del Costo Anual - Materia Prima Indirecta

Descripción	Cantidad Requerida para la producción mensual	meses	Q Material Indirecto	Precio U.	Total
Pelón (Metros)	30	12	363,52	\$ 2,00	\$ 727,04
Hombrreras (Pares)	74		883,07	\$ 0,70	\$ 618,15
Botones	797		9567,67	\$ 0,08	\$ 765,41
Cierres	87		1048,25	\$ 0,20	\$ 209,65
Hilo	43		516,00	\$ 2,30	\$ 1.186,80
Reata (Metros)	427		5129,22	\$ 0,40	\$ 2.051,69
Hebilla	4		48,00	\$ 0,20	\$ 9,60
Ganchos	29		348,00	\$ 0,05	\$ 17,40
Etiquetas Textil	128		1531,08	\$ 0,01	\$ 18,37
Total					\$ 5.604,12

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Así también para la proyección del costo de Materia Prima Indirecta se trabajó bajo los parámetros de crecimiento para cantidad del 2.5% y para precios del 1.19%, obteniendo los siguientes valores anuales.

Tabla N° 115: Proyección Materia Prima Indirecta

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pelón (Metros)	\$ 727,0	\$ 754,1	\$ 782,1	\$ 811,2	\$ 841,4
Hombreras (Pares)	\$ 618,2	\$ 641,1	\$ 665,0	\$ 689,7	\$ 715,4
Botones	\$ 765,4	\$ 793,9	\$ 823,4	\$ 854,0	\$ 885,8
Cierres	\$ 209,7	\$ 217,4	\$ 225,5	\$ 233,9	\$ 242,6
Hilo	\$ 1.186,8	\$ 1.230,9	\$ 1.276,7	\$ 1.324,2	\$ 1.373,5
Reata (Metros)	\$ 2.051,7	\$ 2.128,0	\$ 2.207,2	\$ 2.289,3	\$ 2.374,4
Hebilla	\$ 9,6	\$ 10,0	\$ 10,3	\$ 10,7	\$ 11,1
Ganchos	\$ 17,4	\$ 18,0	\$ 18,7	\$ 19,4	\$ 20,1
Etiquetas Textil	\$ 18,4	\$ 19,1	\$ 19,8	\$ 20,5	\$ 21,3
Total	\$ 5.604,1	\$ 5.812,6	\$ 6.028,8	\$ 6.253,0	\$ 6.485,6

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

- **Mano de Obra Indirecta**

La Mano de Obra Indirecta está integrada por una persona encargada del mantenimiento de la maquinaria con una frecuencia semestral, a la cual se le cancelará el valor de 35 dólares en cada visita por la prestación de sus servicios, mismo que será respaldado con una factura y en caso de requerir repuestos estos serán adquiridos adicionalmente, al personal de mantenimiento se lo denomino indirecto puesto que no formará parte del personal de planta de la microempresa ya que por su estructura no se requiere de sus servicios de forma permanente.

Tabla N° 116: Proyección Mano de Obra Indirecta

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento	\$ 70,0	\$ 74,4	\$ 79,1	\$ 84,1	\$ 89,3
Total	\$ 70,0	\$ 74,4	\$ 79,1	\$ 84,1	\$ 89,3

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

- **Otros Costos Indirectos de Fabricación**

Dentro de este rubro se consideró los indicados en la siguiente tabla ya que no es muy frecuente su adquisición durante el año de operación de la actividad económica y sus costos no son altamente significativos.

Tabla N° 117: Cálculo Anual de Otros Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Cantidad	Precio U.	Total Año 1
Juego de reglas sastre	2	\$ 5,0	\$ 10,0
Tijera (Metálica)	4	\$ 13,0	\$ 52,0
Plastiflecha	2	\$ 7,0	\$ 14,0
Cortahíos	24	\$ 1,0	\$ 24,0
Plancha de vapor (Oster)	4	\$ 39,7	\$ 158,8
Cinta métrica	10	\$ 0,3	\$ 3,0
Tiza	120	\$ 0,2	\$ 18,0
Agujas (10 unidades/ caja)	30	\$ 3,3	\$ 97,5
Aceite de maquina	4	\$ 3,0	\$ 12,0
Silicona de maquina	4	\$ 1,5	\$ 6,0
Mascarillas (caja de 100 unidades)	2	\$ 4,0	\$ 8,0
Mandiles del personal	5	\$ 5,0	\$ 25,0
Subtotal			\$ 428,3
Energía eléctrica	12	\$ 30,0	\$ 360,0
Teléfono	12	\$ 10,0	\$ 120,0
Agua	12	\$ 8,0	\$ 96,0
Arriendo	12	\$ 250,0	\$ 3.000,0
Trasporte	12	\$ 20,0	\$ 240,0
Total			\$ 4.244,3

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Para la proyección anual se aplicó la tasa acumulada de inflación ubicada en 1.19 % a los valores obtenidos en el año 1, como se muestra a continuación.

Tabla N° 118: Proyección de Otros Costos de Fabricación

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Juego de reglas sastre	\$ 10,0	\$ 10,1	\$ 10,2	\$ 10,4	\$ 10,5
Tijera (Metálica)	\$ 52,0	\$ 52,6	\$ 53,2	\$ 53,9	\$ 54,5
Plastiflecha	\$ 14,0	\$ 14,2	\$ 14,3	\$ 14,5	\$ 14,7
Cortahílos	\$ 24,0	\$ 24,3	\$ 24,6	\$ 24,9	\$ 25,2
Plancha de vapor (Oster)	\$ 158,8	\$ 160,7	\$ 162,6	\$ 164,5	\$ 166,5
Cinta métrica	\$ 3,0	\$ 3,0	\$ 3,1	\$ 3,1	\$ 3,1
Tiza	\$ 18,0	\$ 18,2	\$ 18,4	\$ 18,7	\$ 18,9
Agujas (10 unidades/ caja)	\$ 97,5	\$ 98,7	\$ 99,8	\$ 101,0	\$ 102,2
Aceite de maquina	\$ 12,0	\$ 12,1	\$ 12,3	\$ 12,4	\$ 12,6
Silicona de maquina	\$ 6,0	\$ 6,1	\$ 6,1	\$ 6,2	\$ 6,3
Mascarillas (caja de 100)	\$ 8,0	\$ 8,1	\$ 8,2	\$ 8,3	\$ 8,4
Mandiles del personal	\$ 25,0	\$ 25,3	\$ 25,6	\$ 25,9	\$ 26,2
Subtotal	\$ 428,3	\$ 433,4	\$ 438,6	\$ 443,8	\$ 449,1
Energía eléctrica	\$ 360,0	\$ 364,3	\$ 368,6	\$ 373,0	\$ 377,4
Teléfono	\$ 120,0	\$ 121,4	\$ 122,9	\$ 124,3	\$ 125,8
Agua	\$ 96,0	\$ 97,1	\$ 98,3	\$ 99,5	\$ 100,7
Arriendo	\$ 3.000,0	\$ 3.035,7	\$ 3.071,8	\$ 3.108,4	\$ 3.145,4
Trasporte	\$ 240,0	\$ 242,9	\$ 245,7	\$ 248,7	\$ 251,6
Total	\$ 4.244,3	\$ 4.294,8	\$ 4.345,9	\$ 4.397,6	\$ 4.450,0

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

3.5.3.1 Resumen de los Costos Generales de Fabricación

Abarca el contenido total anual de los tres rubros que conforman los costos generales de fabricación donde se encuentra, materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros costos indirectos de fabricación.

Tabla N° 119: Resumen de la proyección de Costos Generales de Fabricación

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Indirecta	\$ 5.604,1	\$ 5.812,6	\$ 6.028,8	\$ 6.253,0	\$ 6.485,6
Mano de Obra Indirecta	\$ 70,0	\$ 74,4	\$ 79,1	\$ 84,1	\$ 89,3
Otros Costos Indirectos de Fabricación	\$ 4.244,3	\$ 4.244,3	\$ 4.244,3	\$ 4.244,3	\$ 4.244,3
Total	\$ 9.918,4	\$ 10.131,3	\$ 10.352,2	\$ 10.581,4	\$ 10.819,3

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.6 Gastos Administrativos

Están compuestos por la remuneración del personal directo e indirecto a cargo del área donde se contará una persona denominada gerente/propietario y un contador/a respectivamente, además también se contará con los correspondientes suministros, aspectos que permiten mantener el funcionamiento de este espacio destinado al manejo administrativo del proyecto.

5.6 1 Remuneración del personal administrativo

El valor de la remuneración asignada para el personal de planta de la microempresa fue determinado en función a los salarios establecidos en el código sectorial emitido por el IESS, adicionados los beneficios que exige la ley.

Así también se hace constancia de la utilización de los servicios de contabilidad con periodicidad mensual, con el fin de mantener en orden y al día las obligaciones contables atribuibles al presente proyecto.

Tabla N° 120: Rol de pagos anual - Administración

Denominación	Sueldo	Ing. Anual	Aporte Patronal	D. Tercero	D. Cuarto	Total Año 1
Gerente General	\$ 400,0	\$ 4.800,0	\$ 583,2	\$ 400,0	\$ 366,0	\$ 6.149,2
Contador (a)	\$ 30,0	\$ 360,0				\$ 360,0
Total	\$ 430,0	\$ 5.160,0	\$ 583,2	\$ 400,0	\$ 366,0	\$ 6.509,2

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

A continuación, se presenta la tabla que muestra la proyección y comportamiento de crecimiento de la remuneración anual del personal administrativo, valores calculados a razón de la tasa promedio de crecimiento del Salario Básico Unificado (6%).

Tabla N° 121: Proyección de la remuneración del personal administrativo

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo	\$ 5.160,0	\$ 5.484,6	\$ 5.829,7	\$ 6.196,4	\$ 6.586,2
Fondos de reserva	\$ -	\$ 400,0	\$ 425,2	\$ 451,9	\$ 480,3
Aporte patronal	\$ 583,2	\$ 619,9	\$ 658,9	\$ 700,3	\$ 744,4
13er Sueldo	\$ 400,0	\$ 425,2	\$ 451,9	\$ 480,3	\$ 510,6
14to Sueldo	\$ 366,0	\$ 389,0	\$ 413,5	\$ 439,5	\$ 467,2
Vacaciones	\$ -	\$ 200,0	\$ 212,6	\$ 226,0	\$ 240,2
Total	\$ 6.509,2	\$ 7.518,7	\$ 7.991,7	\$ 8.494,5	\$ 9.028,9

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.6.2 Suministros de oficina.

Está compuesto por resmas de papel y tinta para impresora, sus gastos son relativamente bajos ya que la mayor concentración de recursos se la efectúa en el área de producción.

Tabla N° 122: Cálculo anual de los suministros de oficina

Suministros	Año 1
Resma de papel	\$ 40,0
Tinta de impresora	\$ 100,0
Total	\$ 140,0

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

La proyección de este rubro se efectuó aplicando al valor de la tasa acumulada de inflación del 1,19 % que representa el posible comportamiento que tendrán los precios en el tiempo.

Tabla N° 123: Proyección de suministros de oficina

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Útiles de oficina	\$ 140,0	\$ 141,7	\$ 143,4	\$ 145,1	\$ 146,8

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.6.3 Resumen de gastos administrativos

Contiene el total de los valores anuales en los que se incurrirán para el funcionamiento del área administrativa en condiciones normales que fueron presentados anteriormente en las tablas N° 121 y 123.

Tabla N° 124: Resumen de gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración	\$ 6.509,2	\$ 7.518,7	\$ 7.991,7	\$ 8.494,5	\$ 9.028,9
Útiles de oficina	\$ 140,0	\$ 141,7	\$ 143,4	\$ 145,1	\$ 146,8
Total	\$ 6.649,2	\$ 7.660,4	\$ 8.135,1	\$ 8.639,5	\$ 9.175,6

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.7 Gastos de Ventas

Para el efecto se consideró la contratación de un vendedor/a, suministros de ventas y los gastos por concepto de publicidad y promoción para el buen funcionamiento del proyecto, aplicando criterios de crecimiento en cuanto a cantidad y precios donde se maneja las tasas de crecimiento poblacional 2.5%, tasa promedio de crecimiento del Salario Básico Unificado 6% y la tasa de inflación 1.19%.

5.7.1 Remuneración del personal de ventas

El valor asignado fue fijado de acuerdo a lo establecido en el código sectorial del IESS, adicionados los correspondientes beneficios que exige la ley.

Tabla N° 125: Rol de pagos anual – Ventas

Denominación	Sueldo	Ing. Anual	Aporte Patronal	D. Tercero	D. Cuarto	Total Anual
Vendedor (a)	\$ 375,6	\$ 4.507,1	\$ 547,6	\$ 375,6	\$ 366,0	\$ 5.796,3

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Para el cálculo de las proyecciones anuales de la remuneración del personal del área se trabajó con la tasa promedio de crecimiento del Salario Básico Unificado 6%.

Tabla N° 126: Proyección remuneración del personal de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo	\$ 4.507,1	\$ 4.790,6	\$ 5.092,0	\$ 5.412,3	\$ 5.752,8
Fondos de reserva	\$ -	\$ 375,6	\$ 399,2	\$ 424,3	\$ 451,0
Aporte patronal	\$ 547,6	\$ 582,1	\$ 618,7	\$ 657,6	\$ 699,0
13er Sueldo	\$ 375,6	\$ 399,2	\$ 424,3	\$ 451,0	\$ 479,4
14to Sueldo	\$ 366,0	\$ 389,0	\$ 413,5	\$ 439,5	\$ 467,2
Vacaciones	\$ -	\$ 199,6	\$ 212,2	\$ 225,5	\$ 239,7
Total	\$ 5.796,3	\$ 6.736,1	\$ 7.159,9	\$ 7.610,3	\$ 8.089,1

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.7.2 Suministros de ventas

Este rubro se encuentra integrado por implementos necesarios utilizados en la comercialización del producto como etiquetas adhesivas, fundas de empaque, plastiflechas, y armadores colgantes para la exhibición de las prendas.

Tabla N° 127: Cálculo anual de los suministros de oficina

Suministros	Año 1
Etiquetas Adhesivas	\$ 5,8
Fundas de empaque	\$ 360,0
Plastiflechas (Paquete)	\$ 18,0
Armadores colgadores de acero	\$ 180,0
Total	\$ 563,8

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Para la determinación de los valores proyectados de suministros de ventas se empleó la tasa de inflación del 1.19 % que permite estimar el crecimiento anual de los precios de los implementos antes mencionados.

Tabla N° 128: Proyección anual de suministros de ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros (Ventas)	\$ 563,1	\$ 569,8	\$ 576,6	\$ 583,4	\$ 590,4

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.7.3 Publicidad y Promoción

El presente proyecto será dado a conocer mediante medios de comunicación como la radio y Volantes los cuales se utilizarán durante los 6 primeros meses de puesta en marcha, adicionalmente se adquirirá pulseras, llaveros y pelotas de niño para promocionar la compra de los productos.

Tabla N° 129: Cálculo anual de Publicidad y Promoción

Descripción	Año 1
Anuncios en la frecuencia de radio 92.3 "La fábrica"	\$ 672,0
Volantes	\$ 540,0
Llaveros	\$ 96,0
Pulseras	\$ 96,0
Pelotas para niño	\$ 96,0
Total	\$ 1.500,0

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Los valores proyectados presentan un decrecimiento con el paso del tiempo ya que a razón de ganar posicionamiento en el mercado se densificará este rubro.

Tabla N° 130: Proyección anual de Publicidad y Promoción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad y Promoción	\$ 1.500,0	\$ 1.199,1	\$ 1.167,3	\$ 1.119,0	\$ 1.053,7

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Los elementos que integran los diferentes gastos de ventas son aquellos que permitirán el buen desempeño del área, brindando comodidad y satisfacción al cliente, a continuación, se muestra el gasto total que se incurrirá para el funcionamiento de esta área.

Tabla N° 131: Resumen de gastos de ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo	\$ 5.796,3	\$ 6.736,1	\$ 7.159,9	\$ 7.610,3	\$ 8.089,1
Suministros (Ventas)	\$ 563,1	\$ 569,8	\$ 576,6	\$ 583,4	\$ 590,4
Publicidad y Promoción	\$ 1.500,0	\$ 1.199,1	\$ 1.167,3	\$ 1.119,0	\$ 1.053,7
Total	\$ 7.859,4	\$ 8.505,0	\$ 8.903,8	\$ 9.312,8	\$ 9.733,2

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.8 Gastos Financieros

Para el desarrollo normal del proyecto se accederá a un crédito en la institución financiera Banecuador, entidad estatal que otorga créditos a microempresas, el valor solicitado será de 12.500 dólares a una tasa del 11.74% para un periodo de 5 años con pagos de cuotas fijas trimestrales tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 132: Amortización del crédito

N° de cuota	Capital	Valor de cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	\$ 12.620,2	\$ 833,8	\$ 355,1	\$ 478,6	\$ 12.141,6
2	\$ 12.141,6	\$ 833,8	\$ 341,7	\$ 492,1	\$ 11.649,5
3	\$ 11.649,5	\$ 833,8	\$ 327,8	\$ 505,9	\$ 11.143,6
4	\$ 11.143,6	\$ 833,8	\$ 313,6	\$ 520,2	\$ 10.623,4
5	\$ 10.623,4	\$ 833,8	\$ 298,9	\$ 534,8	\$ 10.088,6
6	\$ 10.088,6	\$ 833,8	\$ 283,9	\$ 549,9	\$ 9.538,7
7	\$ 9.538,7	\$ 833,8	\$ 268,4	\$ 565,3	\$ 8.973,4
8	\$ 8.973,4	\$ 833,8	\$ 252,5	\$ 581,2	\$ 8.392,1
9	\$ 8.392,1	\$ 833,8	\$ 236,2	\$ 597,6	\$ 7.794,5
10	\$ 7.794,5	\$ 833,8	\$ 219,3	\$ 614,4	\$ 7.180,1
11	\$ 7.180,1	\$ 833,8	\$ 202,0	\$ 631,7	\$ 6.548,4
12	\$ 6.548,4	\$ 833,8	\$ 184,3	\$ 649,5	\$ 5.898,9
13	\$ 5.898,9	\$ 833,8	\$ 166,0	\$ 667,8	\$ 5.231,2
14	\$ 5.231,2	\$ 833,8	\$ 147,2	\$ 686,6	\$ 4.544,6
15	\$ 4.544,6	\$ 833,8	\$ 127,9	\$ 705,9	\$ 3.838,7
16	\$ 3.838,7	\$ 833,8	\$ 108,0	\$ 725,7	\$ 3.113,0
17	\$ 3.113,0	\$ 833,8	\$ 87,6	\$ 746,2	\$ 2.366,8
18	\$ 2.366,8	\$ 833,8	\$ 66,6	\$ 767,2	\$ 1.599,7
19	\$ 1.599,7	\$ 833,8	\$ 45,0	\$ 788,7	\$ 810,9
20	\$ 810,9	\$ 833,8	\$ 22,8	\$ 810,9	\$ -

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 133: Resumen del pago de capital e intereses

Año	Pago de capital	Pago de interés
1	\$ 1.996,8	\$ 1.338,2
2	\$ 2.231,3	\$ 1.103,8
3	\$ 2.493,2	\$ 841,8
4	\$ 2.785,9	\$ 549,1
5	\$ 3.113,0	\$ 222,0

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.9 Depreciación de Propiedad, Planta y Equipo

La depreciación representa el desgaste de la propiedad, planta y equipo por su uso, acompañado con el paso del tiempo, lo que genera el decremento de su valor monetario de adquisición.

De acuerdo a lo establecido en la sección 17 (Propiedad, planta y equipo) de las NIIF para PYMES la administración de la empresa será la encargada de determinar el valor residual y la vida útil del activo, considerando el método adecuado que mejor se ajuste a los beneficios económicos futuros que producirá este, sin embargo para el presente proyecto se tomó en consideración los parámetros definidos por la administración tributaria ya que permite ajustarse al esquema comúnmente manejado. Los Activos que se adquirirá son:

Tabla N° 134: Activos depreciables

Propiedad, Planta y Equipo	V. Actual	V. Residual (10%)	Vida Útil
Maquinaria y equipo	8.290,00	829,00	10
Equipos de computación	1.610,00	161,00	3
Muebles y enseres	1.830,00	183,00	10
Total	11.730,00		

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Dentro de los cuales se encuentran contenidos tanto para administración, producción y ventas tal como se detalla en el estudio técnico (Inversiones en Propiedad, planta y equipo).

El cálculo de las depreciaciones se realiza por el método de línea recta empleando la siguiente fórmula con un valor residual del 10% de su costo de su adquisición.

$$\text{Dep} = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

5.9.1 Depreciación Maquinaria y Equipo

Para la maquinaria y equipo los años de vida útil establecidos según el Art. 28 – numeral 6 del reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno son 10 años generando una depreciación anual de \$ 746.1 como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla N° 135: Depreciación maquinaria y equipo

Años de vida útil	V. Actual	Dep. Anual	Dep. Acum	Saldo
Año 1	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 746,1	\$ 7.543,9
Año 2	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 1.492,2	\$ 6.797,8
Año 3	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 2.238,3	\$ 6.051,7
Año 4	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 2.984,4	\$ 5.305,6
Año 5	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 3.730,5	\$ 4.559,5
Año 6	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 4.476,6	\$ 3.813,4
Año 7	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 5.222,7	\$ 3.067,3
Año 8	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 5.968,8	\$ 2.321,2
Año 9	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 6.714,9	\$ 1.575,1
Año 10	\$ 8.290,0	\$ 746,1	\$ 7.461,0	\$ 829,0

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.9.2 Depreciación equipos de computación

Para los equipos de computación los años de vida útil son tres, motivo por el cual en el presente proyecto se efectuará una nueva compra por el mismo valor en el año cuatro ya que los adquiridos inicialmente habrán perdido su tiempo de vida útil.

Tabla N° 136: Depreciación equipos de computación

Años de vida útil	V. Actual	Dep. Anual	Dep. Acum	Saldo
Año 1	\$ 1.609,6	\$ 482,9	\$ 482,9	\$ 1.126,7
Año 2	\$ 1.609,6	\$ 482,9	\$ 965,8	\$ 643,8
Año 3	\$ 1.609,6	\$ 482,9	\$ 1.448,6	\$ 161,0

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.9.3 Muebles y Enseres

Los muebles y enseres tienen una vida útil de 10 años, valor con el cual se realizó el cálculo de la depreciación anual que representa su desgaste una vez iniciado su uso, en este rubro únicamente se tomó en cuenta aquellos activos que cumplen con las condiciones de activo fijo identificados como aquellos que sobrepasan su valor de adquisición de 100 dólares.

Tabla N° 137: Depreciación muebles y enseres

Muebles y Enseres	V. Actual	Dep. Anual	Dep. Acum	Saldo
Año 1	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 164,7	\$ 1.665,3
Año 2	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 329,4	\$ 1.500,6
Año 3	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 494,1	\$ 1.335,9
Año 4	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 658,8	\$ 1.171,2
Año 5	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 823,5	\$ 1.006,5
Año 6	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 988,2	\$ 841,8
Año 7	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 1.152,9	\$ 677,1
Año 8	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 1.317,6	\$ 512,4
Año 9	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 1.482,3	\$ 347,7
Año 10	\$ 1.830,0	\$ 164,7	\$ 1.647,0	\$ 183,0

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.9.4 Resumen de las depreciaciones de Propiedad, Planta y Equipo

La depreciación de los activos fijos se encuentra dividida en depreciación costo y depreciación gasto, siendo la primera aquella que corresponde al proporcional utilizado en el área de producción donde se encuentran contenidos los activos fijos que están involucrados directamente con el proceso productivo.

Tabla N° 138: Resumen de la depreciación costo de propiedad, planta y equipo

Descripción	Dep. Costo
Maquinaria y equipo	\$ 659,7
Muebles y Enseres	\$ 62,1
Total	\$ 721,8

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Mientras que como depreciación gasto se consideró de igual manera el proporcional del área de administración y ventas ya que dichos activos no se encuentran vinculados directamente con el proceso de producción.

Tabla N° 139: Resumen de la depreciación gasto de propiedad, planta y equipo

Descripción	Dep. Gasto
Maquinaria y equipo	\$ 86,40
Equipos de Computación	\$ 482,9
Muebles y Enseres	\$ 102,6
Total	\$ 671,9

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Obteniendo como resultado final el valor total anual por concepto de depreciación tanto de producción, administración y ventas que abarca la depreciación costo y gasto.

Tabla N° 140: Resumen del total anual de depreciaciones de propiedad, planta y equipo

Descripción	Total Dep. Anual
Maquinaria y equipo	\$ 746,1
Equipos de Computación	\$ 482,9
Muebles y Enseres	\$ 164,7
Total	\$ 1.393,7

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.10 Amortización Activos Diferidos

Se considera activos diferidos aquellos activos intangibles que por su naturaleza permiten ser amortizables en el transcurso del tiempo, donde para el efecto del proyecto se ha considerado un lapso de dos años puesto que su valor monetario es relativamente bajo, en este rubro se encuentran contemplados los permisos de funcionamiento, garantías y capacitaciones clasificadas en cuentas generales como se indica a continuación.

Tabla N° 141: Amortización de Activos Diferidos

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2
Gastos de organización	\$ 80,0	\$ 40,0	\$ 40,0
Gastos de operación y puesta en marcha	\$ 150,0	\$ 75,0	\$ 75,0
Capacitación del personal	\$ 70,0	\$ 35,0	\$ 35,0
Imprevistos	\$ 120,0	\$ 60,0	\$ 60,0
Total	\$ 420,0	\$ 210,0	\$ 210,0

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.11 Estado de Situación Financiera

Es el estado que contiene los valores con los cuales se pone en marcha el proyecto, es el punto de partida de la actividad económica, este debe ser expresado en la moneda de curso legal que en este

caso es dólares americanos, dando como resultado total el valor inicial de la inversión detallada en cada uno de sus destinos, quedando estructurado de la siguiente manera para efecto del presente proyecto.

Microempresa “Distinción”
Estado de Situación Financiera
Año 0

(Expresado en dólares americanos)

ACTIVOS

Activos Corrientes

Efectivo		\$ 7.100,7
----------	--	------------

Activos no Corrientes

\$ 12.342,3

Maquinaria y equipo	\$ 8.290,0	
---------------------	------------	--

Equipo de computación	\$ 1.609,3	
-----------------------	------------	--

Equipo de oficina	\$ 195,0	
-------------------	----------	--

Muebles y enseres	\$ 2.248,0	
-------------------	------------	--

Activos Diferidos

Gastos de Constitución		\$ 420,0
------------------------	--	----------

Total Activos		<u>\$ 19.863</u>
----------------------	--	-------------------------

PASIVOS

Pasivos no Corrientes

Crédito		\$ 12.620,0
---------	--	-------------

Total Pasivos		\$ 12.620,0
----------------------	--	--------------------

PATRIMONIO

Capital		\$ 7.243,0
---------	--	------------

Total Patrimonio		\$ 7.243,0
-------------------------	--	-------------------

Total pasivo más patrimonio		<u>\$ 19.863</u>
------------------------------------	--	-------------------------

Fuente: Estudio Financiero
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

5.12 Estado de Resultados Integrales

Es aquel que refleja detalladamente los movimientos de los ingresos y egresos efectuados durante un determinado periodo de tiempo, dando como resultado final la utilidad neta obtenida de la actividad económica.

Microempresa “Distinción” Estado de Resultados Integrales (Expresado en dólares americanos)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 103.148	\$ 106.940	\$ 110.837	\$ 114.835	\$ 118.910
(-) Costo de producción	\$ 76.380	\$ 82.765	\$ 85.828	\$ 88.762	\$ 92.061
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 26.768	\$ 24.175	\$ 25.009	\$ 26.074	\$ 26.849
Gastos Operacionales					
(-) Gastos de administración	\$ 7.815	\$ 8.209	\$ 8.512	\$ 8.956	\$ 9.428
(-) Gastos de Ventas	\$ 7.116	\$ 8.074	\$ 8.516	\$ 8.985	\$ 9.482
(=) Utilidad bruta en operaciones	\$ 11.837	\$ 7.892	\$ 7.981	\$ 8.133	\$ 7.940
}					
Gastos Financieros					
(-) Intereses pagados	\$ 1.338	\$ 1.104	\$ 842	\$ 549	\$ 222
(=) Utilidad Neta antes de participación trabajadores	\$ 10.499	\$ 6.789	\$ 7.139	\$ 7.584	\$ 7.718
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 1.575	\$ 1.018	\$ 1.071	\$ 1.138	\$ 1.158
(=) Utilidad neta	\$ 8.923,7	\$ 5.770,3	\$ 6.068,3	\$ 6.446,6	\$ 6.560,2

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.13 Flujo de Efectivo

Muestra los movimientos de efectivo proyectados, generados y utilizados en el desarrollo de la actividad económica, permitiéndonos visualizar su capacidad para hacer frente a las obligaciones con terceros en determinados periodos de tiempo, con esta información el inversionista puede evaluar el manejo de recursos bajo parámetros de eficiencia y eficacia.

Microempresa “Distinción”						
Flujo de Efectivo						
(Expresado en dólares americanos)						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(-) Inversiones	-\$ 12.763					
(-) Capital de trabajo	-\$ 7.101					
Ingresos						
(=) Utilidad Neta		\$ 8.924	\$ 5.770	\$ 6.068	\$ 6.447	\$ 6.560
(+) Depreciaciones		\$ 1.877	\$ 1.877	\$ 1.877	\$ 1.877	\$ 1.877
(+) Valor de rescate						\$ 6.210
Total Ingresos		\$ 10.800	\$ 7.647	\$ 7.945	\$ 8.323	\$ 14.647
Egresos						
(-) Amortización diferidos		-\$ 210	-\$ 210			
(-) Pago del crédito		-\$ 1.997	-\$ 2.231	-\$ 2.493	-\$ 2.786	-\$ 3.113
(-) Reinversión de activos					-\$ 1.610	
Total egresos		-\$ 2.207	-\$ 2.441	-\$ 2.493	-\$ 4.396	-\$ 3.113
Flujo neto	-\$ 19.863	\$ 8.593	\$ 5.206	\$ 5.452	\$ 3.928	\$ 11.534

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

5.14 Análisis Financiero

Es el estudio de la información obtenida en los datos contables a través de la utilización de indicadores de evaluación como:

- Costos de oportunidad
- Tasa de rendimiento medio
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Beneficio - Costo
- Tasa de rendimiento Beneficio - Costo
- Periodo de recuperación de la inversión
- Punto de equilibrio

Los resultados obtenidos, tras la aplicación de los indicadores mencionados son aquellos que definen la aceptabilidad o rechazo de la nueva inversión, por lo cual a continuación se detalla el comportamiento de cada uno de ellos.

5.14.1 Costo de Oportunidad

Representa la oportunidad económica de ganar mayores ingresos sobre un monto de dinero, mediante la decisión de destinarlo al ahorro en una entidad financiera o a la inversión de un proyecto.

Para su cálculo se trabaja con la tasa pasiva que en promedio pagan las instituciones financieras por los depósitos (6%) y la tasa de interés que cobra la entidad financiera Banecuador por la otorgación del crédito (11,74%).

Tabla N° 142: Costo de Oportunidad

Detalle	Inversión	%	Tasa de operación	Valor Ponderado
Aporte propio	\$ 7.243	0,36	6,00%	0,022
Aporte financiero	\$ 12.620	0,64	11,74%	0,075
Total costo de oportunidad	\$ 19.863	1,00		0,096
% del costo de oportunidad				9,65%

Fuente: Estudio Técnico y Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

En el presente proyecto el costo de oportunidad es del 9,65% lo que significa que el inversionista obtendrá una ganancia de 3,65 puntos porcentuales más, de lo que ganaría si los recursos fueran colocados en una institución financiera.

5.14.2 Tasa de Rendimiento Medio

Es obtenida mediante la aplicación de la fórmula indicada donde interviene la tasa del costo de oportunidad (CK) y la tasa de inflación (Inf).

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK}) (1 + \text{Inf}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 9,65\%) (1 + 1,19\%) - 1$$

$$\text{TRM} = 10,95\%$$

La tasa de rendimiento medio del presente proyecto es de 10,95%, lo que indica que la rentabilidad que genere la actividad económica de la microempresa deberá ser igual o mayor al porcentaje señalado con el propósito de alcanzar las expectativas esperadas por el inversionista.

Por otra parte, con relación a la tasa de inflación actual del 1.19% que se maneja en la economía del país a septiembre del 2016, se muestra un claro panorama de que, al mantener una tasa baja de inflación, los costos de los recursos en los que incurrirá la microempresa para su funcionamiento

se mantendrán equivalentemente estables lo que no alterará en mayor grado el escenario proyectado.

5.14.3 Valor Actual Neto

Este indicador permite estimar valores futuros a valor presente, expresando los flujos netos de rentabilidad en valores absolutos.

Para su determinación se utilizó la tasa de rendimiento medio calculada anteriormente del 10,95%, y los datos obtenidos del flujo de efectivo de los 5 años de vida útil del proyecto, para su cálculo se aplicó la siguiente fórmula:

$$VAN = Inversión + \sum \frac{FE}{(1+i)^n}$$

Tabla N° 143: Valor Actual Neto

TRM			10,95%
Año	Flujos netos	Cálculo	Flujos Descontados
0	-\$ 19.863		-\$ 19.863
1	\$ 8.593	$8.593/((1+0,1094)^1)$	\$ 7.745
2	\$ 5.206	$5.206/((1+0,1094)^2)$	\$ 4.229
3	\$ 5.452	$5.452/((1+0,1094)^3)$	\$ 3.991
4	\$ 3.928	$3.928/((1+0,1094)^4)$	\$ 2.592
5	\$ 11.534	$11.534/((1+0,1094)^5)$	\$ 6.860
VAN acumulado (5 años)			\$ 25.417
Total VAN			\$ 5.553

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Los valores Actuales Netos de la Inversión durante los 5 años de vida del proyecto son positivos dando como resultado una sumatoria 25.417, valor superior a la inversión por lo que se determina

que financieramente el proyecto si tiene viabilidad, ya que generará beneficios económicos que permitirán la recuperación de la inversión.

5.14.4 Tasa Interna de Retorno

Representa la tasa de rentabilidad que rendirá el proyecto al efectuar la inversión, permitiendo evaluar su conveniencia cuando el VAN es igual a cero.

Para su cálculo se empleó el método de interpolación que permite estimar la tasa inferior donde el VAN es positivo, misma que está representada por la TRM del proyecto que es de 10.95%, y la tasa superior donde el Van sea negativo facultándonos la posibilidad de establecer la TIR que rendirá el proyecto, para lo cual se considera los flujos de efectivo netos aplicados tanto a la tasa inferior como superior.

Tabla N° 144: VAN con tasa inferior

Tasa inferior		10,95%
Año	Flujos netos	Flujos Descontados
0	-\$ 19.863	-\$ 19.863
1	\$ 8.593	\$ 7.745
2	\$ 5.206	\$ 4.229
3	\$ 5.452	\$ 3.991
4	\$ 3.928	\$ 2.592
5	\$ 11.534	\$ 6.860
VAN acumulado (5 años)		\$ 25.417
Total VAN		\$ 5.553

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Tabla N° 145: VAN con tasa superior

Tasa Superior		21,4%
Año	Flujos netos	Flujos descontados
0	-\$ 19.863	\$ 0
1	\$ 8.593	\$ 7.076
2	\$ 5.206	\$ 3.529
3	\$ 5.452	\$ 3.044
4	\$ 3.928	\$ 1.805
5	\$ 11.534	\$ 4.366
VAN acumulado (5 años)		\$ 19.820
Total VAN		-\$ 43

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Una vez obtenidos los valores netos descontados la inversión se procede aplicar la siguiente formula:

DATOS:

Tasa del VAN positivo	10,95%
VAN positivo	5.553
VAN negativo	43
Diferencia de las tasas	(21,4% - 10,95%)

$$\text{TIR} = \text{Tasa del VAN positivo} + \left(\frac{\text{VAN positivo}}{(\text{VAN positivo} + \text{Van negativo})} \right) * \text{Diferencia entre las tasas}$$

$$\text{TIR} = (10,95\% + ((5.553 / (5.553 + 43)) * 10,45\%))$$

$$\text{TIR} = 21,3\%$$

La Tasa Interna de Retorno que generará la inversión del presente proyecto es del 21,3% por lo que se determina que si es viable financieramente ya que se obtendrá rendimientos favorables que permitirán el crecimiento del valor del dinero en el tiempo, así como también ofrecerá beneficios que lograrán cubrir los costos y gastos necesarios para el buen funcionamiento del mismo manteniendo un margen de rendimiento favorable pese a estos egresos.

5.14.5 Relación Costo – Beneficio

Es el indicador que muestra si la inversión genera o no beneficios económicos, si este es mayor a 1 significa que recupera la inversión y tiene un beneficio excedente, al ser igual a 1 nos indica que recupera la inversión, pero no genera ganancias y de resultar inferior a 1 implica posibles pérdidas económicas por lo que no es recomendable aceptar el proyecto.

Para la determinación del valor monetario que representa el costo - beneficio del proyecto se determina los ingresos y egresos actualizados, para lo cual, estos deben ser multiplicados por el Factor I, mismo que se encuentra calculado por la siguiente formula donde la tasa de inflación es del 1,19%:

$$Factor\ I = \frac{1}{(1 + \%Inflación)}$$

Tabla N° 146: Ingresos y Costos Actualizados

Año	Ingresos	Factor I	Ingresos actualizados	Egresos	Egresos Actualizados
1	\$ 10.800	0,99	\$ 10.673	\$ 2.207	\$ 2.181
2	\$ 7.647	0,98	\$ 7.468	\$ 2.441	\$ 2.384
3	\$ 7.945	0,97	\$ 7.668	\$ 2.493	\$ 2.406
4	\$ 8.323	0,95	\$ 7.938	\$ 4.396	\$ 4.192
5	\$ 14.647	0,94	\$ 13.805	\$ 3.113	\$ 2.934
Total			\$ 47.553		\$ 14.098

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Una vez determinados estos valores aplicamos la fórmula siguiente:

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{47.553}{14.098} = 3,37 \text{ Dólares}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = 3,37 \text{ Dólares}$$

El Costo – Beneficio del presente proyecto es de \$ 3,37 dólares lo que significa que por cada dólar de egresos se recibe 3,47 de ingresos, valor superior a 1, que permite garantizar una rentabilidad razonable para la microempresa.

5.14.6 Tasa de rendimiento beneficio – costo

$$TRBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Inversión Total}}$$

$$TRBC = \frac{47.553}{19.863}$$

$$TRBC = 2,39$$

Muestra que por cada dólar invertido en el proyecto nos retornará 2,39 dólares, valor que permitirá el crecimiento económico de la inversión en el tiempo.

5.14.7 Período de recuperación de la Inversión

Es el indicador que permite conocer el lapso de tiempo en el cual se logrará recuperar la inversión inicial, evaluando el nivel de eficiencia con el que son usados los recursos económicos invertidos.

❖ Recuperación de la inversión a valor corriente

Tabla N° 147: Flujos netos acumulados

AÑOS	Inversión inicial	Flujos netos	Flujos netos acumulados
0	-\$ 19.863		
1		\$ 8.593	\$ 8.593
2		\$ 5.206	\$ 13.799
3		\$ 5.452	\$ 19.251
4		\$ 3.928	\$ 23.178
5		\$ 11.534	\$ 34.712
Total		\$ 34.712	

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Para la obtención del periodo de tiempo de recuperación en valores corrientes se trabaja con los flujos netos acumulados, donde es seleccionado un valor inferior cercano al monto de inversión que para efecto del proyecto lo encontramos en el tercer año como se muestra en la anterior tabla.

(+) Inversión	\$	19.863	
(-) Flujo Acumulado (2 años)	\$	19.251	
(=) Faltante por recuperar	\$	612	
Flujo neto año subsiguiente (4 año) / 12 meses)	\$	327,30	mensual
Faltante por recuperar / valor mensual		2	meses

Como se puede observar el periodo de recuperación de la inversión es de 3,2 años en valores corrientes.

❖ Recuperación de la inversión a valor real

Tabla N° 148: Flujos descontados acumulados

TRM	0,1095			
AÑOS		Flujos netos	Flujos descontados	Flujos descontados acumulados
0	-\$	19.863		
1		\$ 8.593	\$ 7.745	\$ 7.745,2
2		\$ 5.206	\$ 4.229	\$11.973,9
3		\$ 5.452	\$ 3.991	\$15.965,3
4		\$ 3.928	\$ 2.592	\$18.557,1
5		\$ 11.534	\$ 6.860	\$25.416,6
Total		\$ 34.712	\$ 25.417	\$ 50.833

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Para el cálculo del lapso de tiempo de recuperación en valores reales se toma en cuenta los flujos descontados acumulados, donde de igual manera se selecciona el valor más aproximado al monto de la inversión que en este caso se encuentra ubicado en el año 4.

(+) Inversión	\$ 19.863	
(-) Flujo Acumulado (4 años)	\$ 18.557	
(=) Faltante por recuperar	\$ 1.306	
Flujo neto año subsiguiente (5 año) / 12 meses)	\$ 572	mensual
Faltante por recuperar / valor mensual	\$ 2	Mes

Como se puede observar la inversión inicial del proyecto en valores reales será recuperada en 4,2 años, este periodo de recuperación es más extenso en comparación al determinado en valores corrientes ya que para este cálculo se toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, con la incidencia de la tasa de inflación.

5.14.8 Punto de Equilibrio

Es el indicador que permite establecer el volumen de ventas y producción donde se equiparan los ingresos y egresos manteniendo la operatividad de la actividad económica sin generar ganancias ni pérdidas, cuando el desarrollo de la actividad de un negocio a alcanzado este punto es el indicio de la generación de rentabilidad.

Los datos que se tomaron en cuenta para la determinación de este indicador son: costos y gastos fijos, inversión fija y costos variables como se muestra el detalle a continuación:

Tabla N° 149: Detalle de Costos fijos y variables

COSTOS FIJOS Y VARIABLES		
COSTOS FIJOS		
Depreciaciones	\$	1.876,6
Capacitación del personal	\$	35,0
Arriendo	\$	3.000,0
Gastos del personal	\$	6.149,2
Agua, Luz, Teléfono	\$	576,0
Gastos de organización	\$	40,0
Gastos de operación y puesta en marcha	\$	75,0
Gastos del personal	\$	5.796,3
Publicidad	\$	1.500,0
Intereses	\$	1.338,2
Total costos fijos	\$	20.026,2
COSTOS VARIABLES		
Materia Prima	\$	32.865,8
Materia Prima Indirecta	\$	5.604,1
Útiles de oficina (Administración)	\$	140,0
Suministros (Ventas)	\$	563,1
Mano de obra directa	\$	34.101,8
Mano de Obra Indirecta	\$	430,0
Transporte	\$	240,0
Otros	\$	428,3
Total Costos Variables	\$	72.623,1

Fuente: Estudio Técnico y Financiero
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

❖ **Punto de equilibrio en valor monetario**

$$TRBC = \frac{\text{Costos Fijos}}{(1 - \text{Costos Variables/Ventas})}$$

$$TRBC = \frac{20.026,22}{1 - (72.623,1/103.148)}$$

$$TRBC = 67.671,72$$

❖ Punto de equilibrio en unidades producidas

Los datos utilizados para el cálculo de este indicador son: las ventas totales del año 1 \$ 103.148 (Tabla N° 108), producción total de prendas del año 1, 1.531 prendas (Tabla N°76), Inversión Fija \$ 12.343 (Tabla N° 81), Costos fijos y variables (Tabla N°149).

Tabla N° 150: Punto de equilibrio en Unidades

Descripción	prendas año 1	%	Total ventas anual	CF	CV	Margen de contribución
DAMAS (Tela Strech)						
Terno Completo	165	15,2%	\$ 15.692,0	\$ 3.046,6	\$ 11.048,2	\$ 1.597,2
Pantalón	133	3,2%	\$ 3.335,3	\$ 647,6	\$ 2.348,3	\$ 339,5
Chaqueta	254	17,2%	\$ 17.788,5	\$ 3.453,6	\$ 12.524,3	\$ 1.810,5
Falda	83	1,8%	\$ 1.817,0	\$ 352,8	\$ 1.279,3	\$ 184,9
CABALLEROS (Tela Gabardina)						
Terno Completo	149	20,3%	\$ 20.901,5	\$ 4.058,0	\$ 14.716,1	\$ 2.127,4
Pantalón	92	4,0%	\$ 4.145,4	\$ 804,8	\$ 2.918,6	\$ 421,9
Chaqueta	44	4,1%	\$ 4.224,8	\$ 820,2	\$ 2.974,5	\$ 430,0
Chaleco	32	1,1%	\$ 1.111,8	\$ 215,9	\$ 782,8	\$ 113,2
CABALLEROS (Tela Poliéster)						
Terno Completo	149	15,9%	\$ 16.422,6	\$ 3.188,5	\$ 11.562,6	\$ 1.671,5
Pantalón	92	2,7%	\$ 2.763,6	\$ 536,5	\$ 1.945,7	\$ 281,3
Chaqueta	44	3,4%	\$ 3.557,7	\$ 690,7	\$ 2.504,9	\$ 362,1
Chaleco	32	0,9%	\$ 953,0	\$ 185,0	\$ 670,9	\$ 97,0
NIÑOS (Tela Gabardina)						
Terno Completo	38	3,3%	\$ 3.430,6	\$ 666,1	\$ 2.415,4	\$ 349,2
Pantalón	92	2,2%	\$ 2.303,0	\$ 447,1	\$ 1.621,5	\$ 234,4
NIÑOS (Tela Poliéster)						
Terno Completo	38	2,8%	\$ 2.858,9	\$ 555,1	\$ 2.012,8	\$ 291,0
Pantalón	92	1,8%	\$ 1.842,4	\$ 357,7	\$ 1.297,2	\$ 187,5
TOTAL	1.531	100%	\$ 103.148	\$ 20.026,2	\$ 72.623,1	\$ 10.498,5

Fuente: Estudio Técnico y Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

(+) CF	\$ 20.026,2
(+) Inversión fija	\$ 12.343
(=) Total Fijos	\$ 32.368,8

(+) Ventas /Prendas Año 1	67,36
---------------------------	-------

(-) CV /Prendas Año 1	\$	47,43
(=) Diferencia	\$	19,94

Total Fijos / Diferencia **1.624**

Donde para su determinación se realizó los cálculos antes indicados, dando como resultado un punto de equilibrio de 1.624 unidades, lo que quiere decir que cuando la microempresa haya alcanzado este nivel de producción empezara la recuperación de la inversión, situación que de acuerdo a los datos obtenidos se logrará en el año dos, puesto que en el año 1 se producirán 1.534 prendas y las 90 faltantes serán cubiertas en el transcurso del año dos como se puede visualizar en la Tabla N° 150, Así también para la determinación del margen de contribución por cada tipo de prenda se trabajó con el total de ventas del año uno, menos la suma de los costos fijos y variables obteniendo un total de 10.498 dólares, mismos que fueron distribuidos en función a los porcentajes de significancia que cada tipo de prenda tiene dentro de los ventas.

5.14.9 Resumen de los Indicadores de evaluación del proyecto

Tabla N° 151: Resumen de los Indicadores de Evaluación del Proyecto

Detalle	Valor
Costo de Oportunidad	9,65%
Tasa de Rendimiento Medio	10,95%
Valor Actual Neto	\$ 25.416,6
Tasa Interna de Retorno	21,3%
Relación Costo Beneficio	3,37
Tasa de rendimiento Beneficio -Costo	2,39
Periodo de Recuperación de la Inversión en valor corriente	3,2 años
Período de recuperación de la inversión en valor real	4,2 años
Punto de Equilibrio (Unidades)	1.624

Fuente: Estudio Técnico y Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Como se puede observar en la tabla anterior el costo de oportunidad que el proyecto ofrece es del 9,65% valor que es superior a la tasa de interés del 6% que las instituciones financieras pagarían por el ahorro del monto de dinero invertido, así también la tasa de rendimiento medio exigida es

del 10,95% porcentaje inferior a la Tasa Interna de Retorno que generará el proyecto que es de 21,3% por lo que los beneficios económicos retribuidos serán favorables, en cuanto al Valor Actual Neto del proyecto durante la vida de este es superior a la inversión inicial lo que muestra que se logrará incrementar el monto invertido inicialmente ya que de acuerdo al análisis Beneficio – Costo se podrá obtener 1,39 dólares adicionales por cada dólar invertido. Con la información presentada se asegura la viabilidad del proyecto a través de la generación de beneficios económicos favorables para el inversionista.

5.15 Sensibilidad del proyecto

Nos permite establecer el rango límite que soportará la microempresa en la disminución de sus ventas, para el efecto del presente proyecto se trabajó con el 3,5%, porcentaje máximo aceptable dándonos como resultado los siguientes valores.

Tabla N° 152: Sensibilidad del proyecto

Detalle	Valor
VAN	-\$ 335
TIR	10,3%
TRM	10,95%
Período de recuperación de la inversión (Valor Corriente)	4 años, 4 meses
Período de recuperación de la inversión (Valor Real)	5 Años, un mes
Punto de equilibrio en unidades	1.723

Fuente: Estudio Técnico y Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

En caso de presentarse el escenario de disminución de las ventas más de un 3,5% se obtendrá un VAN negativo que indica la no recuperación de la inversión en los cinco años de vida del proyecto, una TIR del 10,3%, tasa inferior a la TRM que exige el mismo, por lo tanto, presentará un incremento en el periodo de recuperación de la inversión y en los valores para alcanzar el punto de equilibrio en unidades producidas.

5.16 Plan de Contingencia

Plan de contingencia: Microempresa Distinción

Objetivo: Controlar las posibles eventualidades en la baja de ventas de la microempresa.

Riesgo	Estrategia	Actividad	Costo	Responsable	Tiempo de duración
1.- Apertura de negocios similares	Descuento del 10% del valor total en compras superiores a \$ 200 dólares.	Aplica a clientes reincidentes de dos o más procesos de compra al año.	35,00	Dpto. de ventas	Feriados Temporada de inicio de clases
	Obsequios por la compra de cada prenda de vestir	Entrega de pulseras y llaveros a quien adquiera una prenda de cualquier denominación	20,00	Dpto. de ventas	Dos meses por apertura del negocio Feriados
	Promoción en prendas que su valor supere los 50,00 dólares (la primera a precio normal y la segunda a mitad de precio).	Estrategia apta solo para prendas de mujer, caballeros y niños en prendas elaboradas en poliéster	20,00	Dpto. de ventas	Un mes Navidad
2.- Variación de la tasa de desempleo que implica la disminución del poder adquisitivo de los habitantes.	Incrementar los niveles de venta y producción y por ende la generación de nuevas plazas de trabajo.	Expansión de la oferta del producto a un mercado más amplio.	25,00	Dpto. Administrativo	Permanente
	Mantener precios de venta accesibles de los productos.	Conservación de la producción de las prendas elaboradas en tela poliéster por su bajo costo.			
3.-Tendencia de que el personal especializado opte por laborar en empresas ya existentes	Brindar apertura a los profesionales en formación para que realicen sus prácticas pre profesionales.	Contratar a los profesionales recién graduados que hayan realizado sus prácticas en las instalaciones de la microempresa.	Sin costo	Dpto. Administrativo	Permanente

Riesgo	Estrategia	Actividad	Costo	Responsable	Tiempo de duración
4.Contrabando de prendas de vestir	Acuerdos de estrategias entre productores textiles de la localidad para evitar el ingreso de productos no legalizados al mercado.	Conservación de los mecanismos de control e identificación de la producción como etiquetas que contengan el número de RUC, y nombre del propietario del negocio	20,00	Dpto. Administrativo Dpto. de producción	Permanente

Observación: Los costos que representen llevar a cabo el plan diseñado serán cubiertos por el monto designado de 120 dólares de la cuenta activos diferidos (Imprevistos).

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

CAPÍTULO VI

6. Estructura Organizacional

Permite establecer la forma de organización que manejará el proyecto definiendo niveles de jerarquía que contribuyan al buen manejo y funcionamiento de las actividades a desarrollarse, facultando la asignación adecuada de responsabilidades y funciones para cada cargo definido.

Así también dentro del ámbito organizacional se abordará los correspondientes aspectos legales con los que debe cumplir el presente proyecto con el fin de evitar sanciones futuras que impidan el desarrollo normal de su actividad económica.

6.1 Aspectos Estratégicos

6.1.1 Objetivo

Diseñar la propuesta de estructura organizacional y funcional para la creación de la microempresa por medio de la preparación de un organigrama e identificación de las bases legales, con el objetivo de garantizar su buen funcionamiento y desempeño.

6.1.2 Nombre o razón social, tipo de empresa

El nombre o razón social escogido para el presente proyecto es: “DISTINCIÓN”, palabra que define en una sola expresión el propósito fundamental que se prevee causar al lucir el producto a ofertarse como es la ropa formal.

“DISTINCIÓN” es una microempresa de carácter unipersonal, cuya actividad económica es la transformación de materias primas en productos elaborados denominados prendas de vestir, por su naturaleza el representante legal de dicha microempresa será denominado como una persona

natural no obligada a llevar contabilidad ya que los recursos que se incurren u obtienen del movimiento de la actividad económica (Ingresos, Gastos y Capital), no cumplen las condiciones establecidas por la ley para acceder a otra denominación.

6.1.3 Logotipo Empresarial

Gráfico N° 22: Logotipo empresarial



6.1.4 Eslogan Empresarial

Se encuentra conformado por la frase “**Glamur de Alta Costura**”, la cual refleja la esencia de la elegancia y calidad de las prendas acompañado del proceso indispensable de la transformación de las mismas como es la costura, sin lugar a duda permite transmitir al cliente una idea clara de lo se pretende ofrecer.

6.1.5 Filosofía Empresarial



Misión

produce y comercializa ropa formal de calidad, basada en criterios de excelencia y buen trato al cliente



Visión

en los próximos 5 años será una microempresa de alta competitividad, con buen prestigio que asegure la fidelidad de los clientes, reconocida por su innovación en diseños y calidad



Valores

Honestidad
Respeto
Solidaridad
Puntualidad
Integridad



Principios

- Responsabilidad designación de funciones
- Mantener el compromiso de mejora continua
- Conservación de buenas relaciones laborales
- Trabajo en equipo



Políticas

Clientes

Proveedores

Empresa

Personal

6.1.5.1 Misión

La microempresa “Distinción” produce y comercializa ropa formal de calidad, basada en criterios de excelencia y buen trato al cliente, cuyo compromiso fundamental es contribuir con el desarrollo y fortalecimiento del sector textil de la localidad.

6.1.5.2 Visión

“DISTINCIÓN” en los próximos 5 años será una microempresa de alta competitividad, con buen prestigio que asegure la fidelidad de los clientes, reconocida por su innovación en diseños y calidad de prendas de vestir del ámbito formal.

6.1.5.3 Valores y principios

Están conformados por los aspectos morales y éticos que regirán el buen desempeño del ambiente laboral que se mantendrá dentro de las instalaciones de la microempresa con el fin de mantener la armonía entre todo el personal involucrado.

Valores

- Honestidad
- Respeto
- Solidaridad
- Puntualidad
- Integridad

Principios

- Responsabilidad en la designación de funciones
- Mantener el compromiso de mejora continua

- Conservación de buenas relaciones laborales
- Trabajo en equipo

6.1.5.4 Políticas

- **Clientes**

- 1) El cliente podrá cancelar con dinero en efectivo o con tarjeta de crédito.
- 2) El descuento en compras superiores a \$ 200 dólares será de un 10% del valor total.
- 3) Por pronto pago se concederá un descuento del 3% del valor a cancelar.

- **Proveedores**

- 1) La materia prima e insumos deberá cumplir con los requerimientos exigidos por la microempresa caso contrario se efectuará su respectiva devolución.
- 2) Los proveedores entregarán los materiales solicitados en el lugar y tiempo establecidos, adjuntado el respectivo comprobante de compra-venta.
- 3) Será responsabilidad del proveedor los costos extras que se generen por la no entrega a tiempo del material solicitado.

- **Empresa**

- 1) La microempresa “Distinción” mantendrá una buena comunicación entre autoridades y empleados que garantice un trato digno y justo al personal interno y externo de la misma.
- 2) Proveerá a los trabajadores todos los implementos necesarios para el desarrollo de las funciones y responsabilidades asignadas.
- 3) Su compromiso empresarial se direccionará directamente a garantizar el bienestar laboral permanente.

- **Personal**

Administración

- 1) Observancia de los aspectos legales de la microempresa, orden, actualización y legalización de acuerdo a lo que exige la ley.
- 2) Cumplimiento adecuado y oportuno de las obligaciones tributarias en los lapsos de tiempo determinados.
- 3) Manejo transparente e íntegro de los recursos de propiedad la microempresa “Distinción”.
- 4) El personal encargado de la compra de materiales deberá archivar el comprobante de adquisición en los registros de la microempresa.

Producción

- 1) Los trabajadores de la microempresa “Distinción” laborarán ocho horas diarias los cinco días de la semana con un receso de 2 horas intermedias para alimentación.
- 2) Todo trabajador del área de producción debe usar los implementos de protección (Mandil y mascarilla), para el desarrollo de sus actividades.
- 3) El personal debe asistir puntual y en buenas condiciones físicas a su lugar de trabajo (no en estado etílico o de embriaguez).

Ventas

- 1) El área de comercialización se conservará en estado limpio y ordenado, facilitando la visualización clara de los productos al cliente.
- 2) El principio bajo el que operará el personal de ventas será considerar a cada cliente como único y apoyar su criterio de decisión.

6.1.6 Organigrama

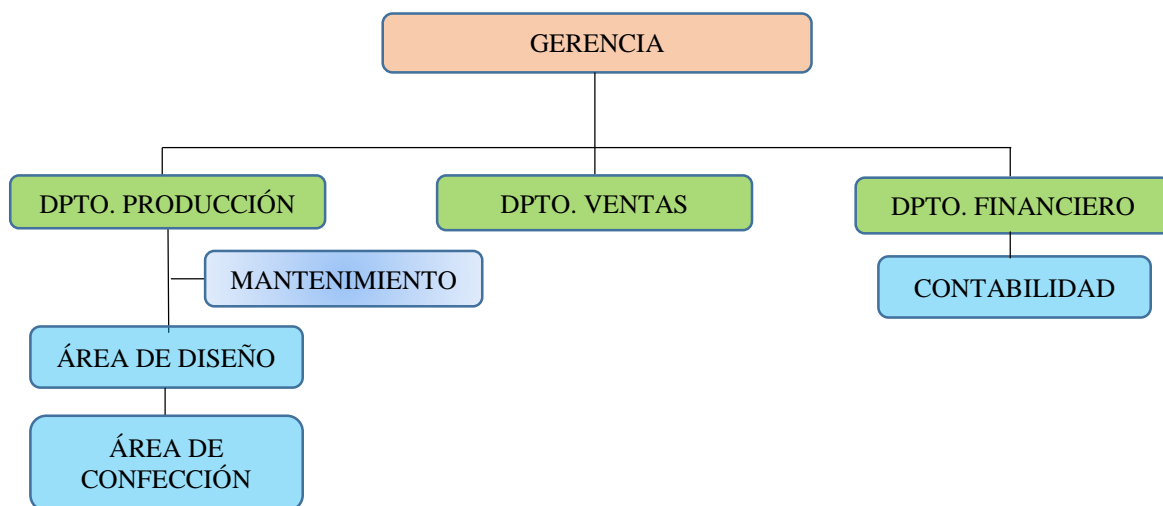
Es una herramienta de carácter informativo que contiene el esquema de la delimitación de funciones y estructura de la microempresa, estableciendo niveles de jerarquía que permitan el control y mejora del comportamiento de todos los elementos involucrados, con el objetivo de cumplir a cabalidad con la misión establecida y de esta manera sea posible alcanzar la visión trazada por la entidad.

Dicha herramienta brinda la facilidad de ser manejada de forma conjunta en sus dos presentaciones (estructural y funcional), proporcionando una misma idea de su organización:

Organigrama estructural. – representa la estructura organizativa general que maneja la entidad, detallada por departamentos.

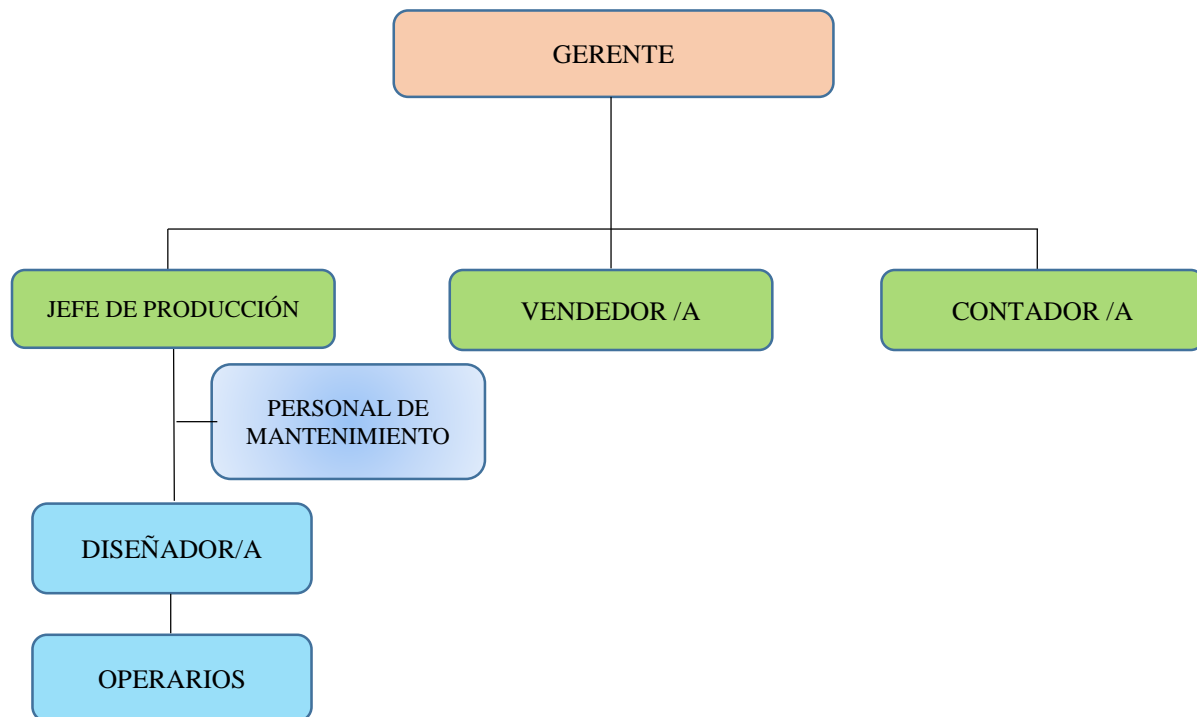
Organigrama Funcional. – muestra las funciones principales que desempeña el personal en cada departamento.

Gráfico N° 23: Organigrama Estructural



Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N° 24: Organigrama Funcional


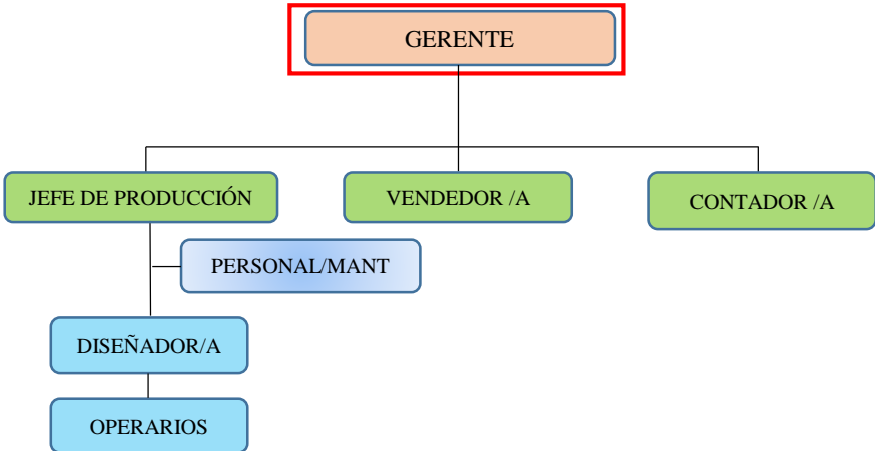


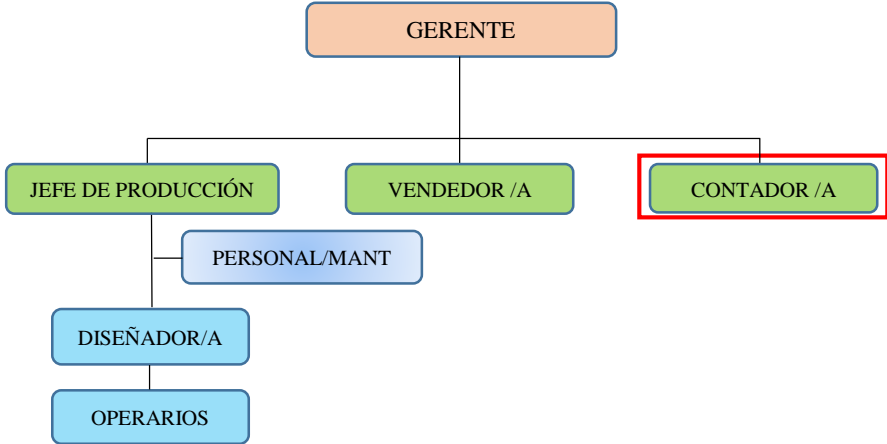
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

6.1.7 Manual de Funciones


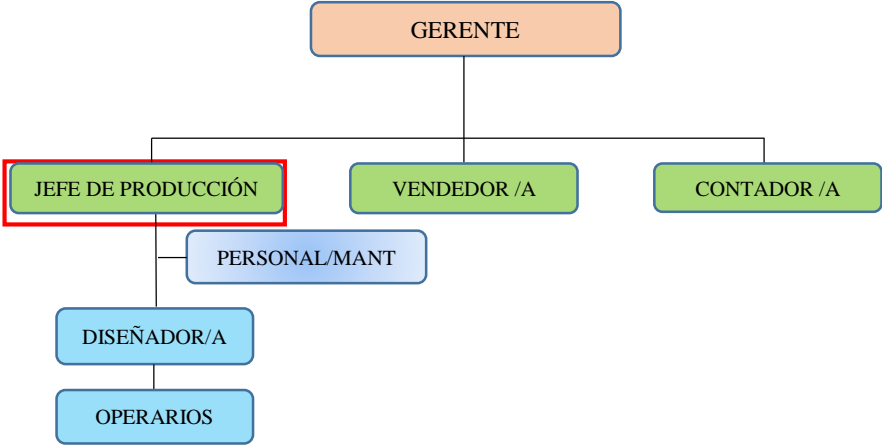
Es aquel instrumento que define e identifica los campos de acción de cada puesto de trabajo, con la finalidad de llevar a cabo el desarrollo de las actividades bajo parámetros de eficiencia y eficacia que permitan aprovechar al máximo los recursos de la microempresa, brindando y garantizando seguridad en cada uno de los procesos efectuados por el personal a cargo.


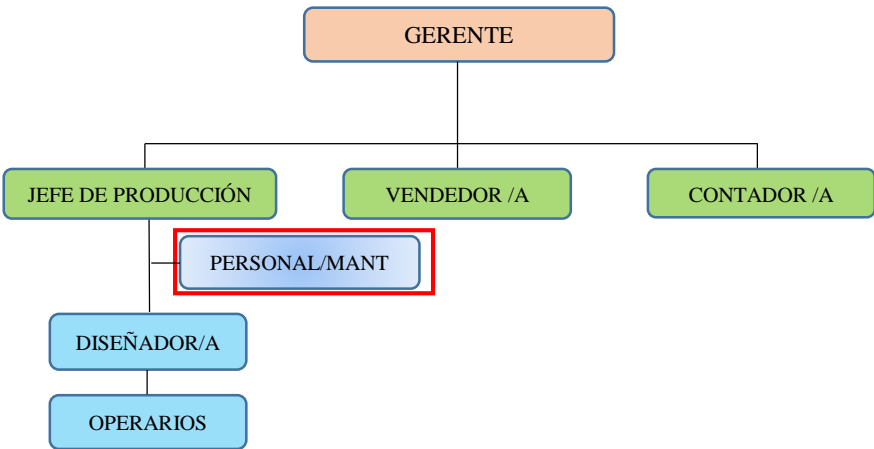
6.1.7.1 Área Administrativa

	Gerencia 1
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Denominación del puesto	Gerente General
Área de gestión	Administración
Ambiente de trabajo	Oficina
NIVEL DEL PUESTO	
Reporta a:	No reporta
Supervisa a:	Contador, Jefe de Producción y Vendedor
<p style="text-align: center;">ORGANIGRAMA</p>  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEFE_PRODUCCION[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> VENDEDOR[VENDEDOR /A] GERENTE --> CONTADOR[CONTADOR /A] JEFE_PRODUCCION --> PERSONAL_MANT[PERSONAL/MANT] JEFE_PRODUCCION --> DISENADOR[DISEÑADOR/A] JEFE_PRODUCCION --> OPERARIOS[OPERARIOS] </pre>	
<p style="text-align: center;">Funciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Figurar como el representante legal de la entidad. 2.-Definir y aplicar políticas de manejo de los recursos de la microempresa 3.-Analizar y aprobar las sugerencias emitidas de los diferentes departamentos. 4.-Guiar y supervisar el desempeño de todos los departamentos. 5.- Desarrollar estrategias de trabajo acorde a la misión y visión de la microempresa. 	<p style="text-align: center;">Formación</p> Estudios Universitarios o Técnicos Conocimientos generales en administración, finanzas y ventas. <p style="text-align: center;">Experiencia</p> Mínimo 2 años en cargos similares


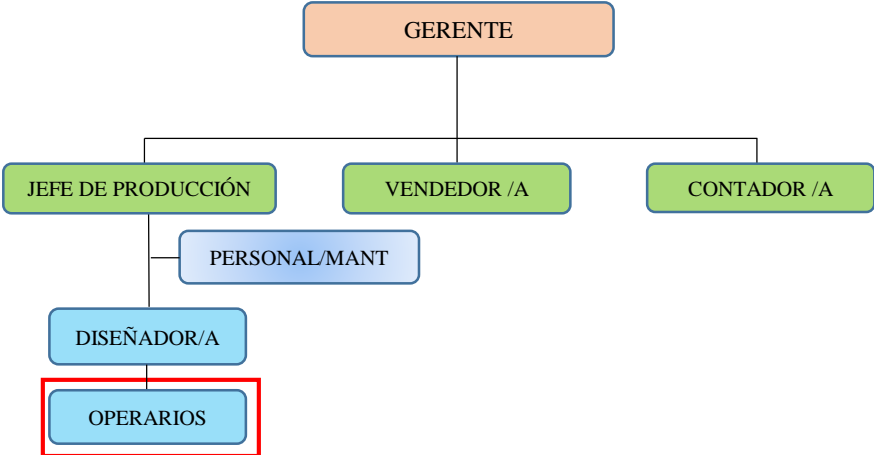
		Contabilidad 2	
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO			
Denominación del puesto		Contador (a)	
Área de gestión		Administración	
Ambiente de trabajo		Oficina	
NIVEL DEL PUESTO			
Reporta a:		Gerente General	
Supervisa a:		Vendedor	
<div style="text-align: center;"> ORGANIGRAMA </div>  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEFE_PRODUCCION[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> VENDEDOR_A[VENDEDOR /A] GERENTE --> CONTADOR_A[CONTADOR /A] JEFE_PRODUCCION --> PERSONAL_MANT[PERSONAL/MANT] JEFE_PRODUCCION --> DISENADOR_A[DISEÑADOR/A] JEFE_PRODUCCION --> OPERARIOS[OPERARIOS] style CONTADOR_A stroke:#f00,stroke-width:2px </pre>			
Funciones		Formación	
1.- Llevar los registros contables de la entidad.		Estudios Universitarios o Técnicos	
2.-Cumplir con las obligaciones tributarias atribuidas a la microempresa.		Conocimientos específicos en contabilidad y manejo de impuestos.	
3.-Verificar y validar los comprobantes de cobro o pago.		Experiencia	
4.- Controlar el pago oportuno de las deudas mantenidos con terceros.		Mínimo 2 años en cargos similares	


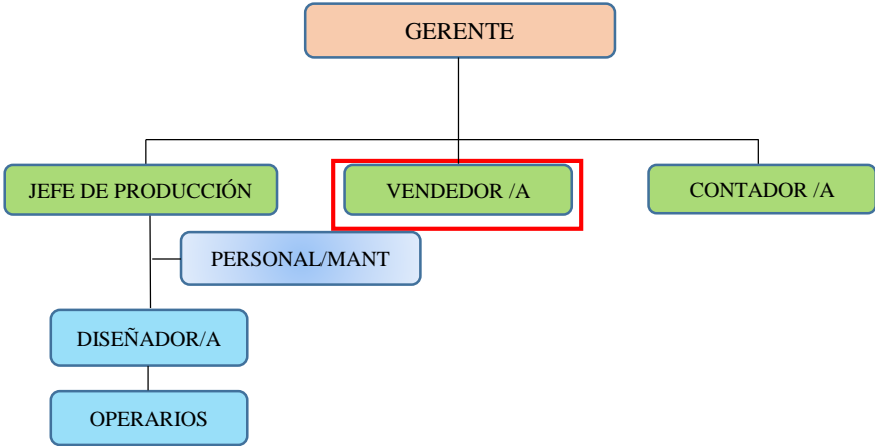
6.1.7.2 Área de Producción

	Producción 1
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Denominación del puesto	Jefe de Producción
Área de gestión	Producción
Ambiente de trabajo	Área operativa
NIVEL DEL PUESTO	
Reporta a:	Gerente General
Supervisa a:	Diseñador(a), mantenimiento y Operarios
<p style="text-align: center;">ORGANIGRAMA</p>  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEFE_DE_PRODUCCION[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> VENDEDOR_A[VENDEDOR /A] GERENTE --> CONTADOR_A[CONTADOR /A] JEFE_DE_PRODUCCION --> PERSONAL_MANT[PERSONAL/MANT] JEFE_DE_PRODUCCION --> DISEÑADOR_A[DISEÑADOR/A] DISEÑADOR_A --> OPERARIOS[OPERARIOS] </pre>	
<p style="text-align: center;">Funciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Informar sobre la presencia de anomalías en el desempeño de las actividades. 2.- Coordinar al personal y forma de trabajo para la obtención de mejores resultados. 3.- Velar por el correcto funcionamiento de la maquinaria, equipos y personal. 4.- Controlar el proceso de transformación de la materia prima. 	<p style="text-align: center;">Formación</p> <p>Título de Maestro en Corte y confección o carreras afines</p> <p>Amplios conocimientos en costura, administración de recursos materiales y talento humano</p> <p style="text-align: center;">Experiencia</p> <p>Mínimo 2 años en áreas laborales similares</p>

	Mantenimiento 2
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Denominación del puesto	Personal de Mantenimiento de maquinaria
Área de gestión	Producción
Ambiente de trabajo	Área operativa
NIVEL DEL PUESTO	
Reporta a:	Jefe de producción
Supervisa a:	No supervisa
<p style="text-align: center;">ORGANIGRAMA</p>  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEFE_PRODUCCION[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> VENDEDOR[VENDEDOR /A] GERENTE --> CONTADOR[CONTADOR /A] JEFE_PRODUCCION --> PERSONAL_MANT[PERSONAL/MANT] JEFE_PRODUCCION --> DISENADOR[DISEÑADOR/A] JEFE_PRODUCCION --> OPERARIOS[OPERARIOS] </pre>	
<p style="text-align: center;">Funciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Revisión del estado físico de la maquinaria y equipos de la microempresa. 2.-Arreglo inmediato ante la presencia de una falla técnica en la maquinaria. 3.-Manejo responsable de los recursos disponibles en el área de producción. 	<p style="text-align: center;">Formación</p> <p>Técnico en máquinas de confección</p> <p>Amplios conocimientos de manejo y repuestos de maquinarias de confección.</p> <p style="text-align: center;">Experiencia</p> <p>Mínimo 1 año en actividades semejantes.</p>

6.1.7.3 Área de ventas

	Área de confección 4
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Denominación del puesto	Operario (a)
Área de gestión	Producción
Ambiente de trabajo	Área operativa
NIVEL DEL PUESTO	
Reporta a:	Jefe de producción
Supervisa a:	No supervisa
<p style="text-align: center;">ORGANIGRAMA</p>  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEFE_PRODUCCION[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> VENDEDOR[VENDEDOR /A] GERENTE --> CONTADOR[CONTADOR /A] JEFE_PRODUCCION --> PERSONAL_MANT[PERSONAL/MANT] JEFE_PRODUCCION --> DISENADOR[DISEÑADOR/A] DISENADOR --> OPERARIOS[OPERARIOS] style OPERARIOS stroke:#f00,stroke-width:2px </pre>	
<p style="text-align: center;">Funciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Confeccionar de las prendas de vestir de acuerdo a los diseños planteados. 2.- Entregar oportunamente la producción designada. 3.-Garantizar un trabajo de calidad que permita obtener excelencia en los acabados de las prendas. 4.- Cumplir con las políticas laborales establecidas por la empresa. 	<p style="text-align: center;">Formación</p> <p>Bachiller en diseño y modas /o Título de maestra en corte y confección</p> <p>Conocimientos en manejo de maquinarias de confección y elaboración de prendas de vestir.</p> <p style="text-align: center;">Experiencia</p> <p>Mantener conocimientos previos en confección, (valido tiempo desempeñado en prácticas pre profesionales)</p>

	Área de ventas 1
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Denominación del puesto	Vendedor (a)
Área de gestión	Ventas
Ambiente de trabajo	Almacén
NIVEL DEL PUESTO	
Reporta a:	Jefe de producción
Supervisa a:	No supervisa
<p style="text-align: center;">ORGANIGRAMA</p>  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEFE_PRODUCCION[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> VENDEDOR_A[VENDEDOR /A] GERENTE --> CONTADOR_A[CONTADOR /A] JEFE_PRODUCCION --> PERSONAL_MANT[PERSONAL/MANT] JEFE_PRODUCCION --> DISENADOR_A[DISEÑADOR/A] JEFE_PRODUCCION --> OPERARIOS[OPERARIOS] </pre>	
<p style="text-align: center;">Funciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Atender al cliente de forma inmediata. 2.-Orientar y apoyar al cliente en su decisión de compra. 3.-Administrar y organizar el área de ventas. 4.-Comunicar al gerente general los criterios emitidos por los clientes con respecto al producto y atención recibidos. 	<p style="text-align: center;">Formación</p> Atención al cliente <p style="text-align: center;">Experiencia</p> Mínimo un año en actividades similares

6.1.8 Aspecto Legal

La puesta en marcha de la microempresa “DISTINCIÓN – Glamur de alta costura”, conlleva la obligación de cumplir con los aspectos legales que establece la ley con el objetivo de mantener el buen funcionamiento de la actividad económica en condiciones normales y sin interrupciones, para lo cual se debe obtener los documentos detallados a continuación:

6.1.8.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El Servicio de Rentas Internas es el ente encargado de conceder este documento de identificación a quienes desarrollen alguna actividad económica, para lo cual los requisitos solicitados por dicho organismo son:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Original y copia del certificado de votación de las últimas elecciones
- Original y copia de la planilla de un servicio básico (agua, luz o teléfono), que identifique la dirección del establecimiento donde se operará
- Disponer de una cuenta de correo electrónico habilitada
- Llenar el formulario de registro de la actividad económica (Datos básicos del negocio)

El plazo máximo que establece el Servicio de Rentas Internas para la obtención del RUC es de 30 días hábiles a partir de la fecha de haber iniciado la actividad económica.

6.1.8.2 Permiso de los bomberos

En cumplimiento a lo establecido en el Art. 35 de la Ley de Defensa contra incendios, los jefes principales del cuerpo de bomberos de cada localidad otorgan permisos anuales para el funcionamiento de los establecimientos comerciales e industriales, para lo cual se debe presentar la siguiente documentación:

- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal
- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la planilla de un servicio básico que identifique la dirección del establecimiento
- Factura de la compra del extintor a nombre del representante legal
- Inspección a las instalaciones del negocio

Luego de haber efectuado la correspondiente inspección por parte del personal del cuerpo de bomberos a las instalaciones del establecimiento y que este cumpla con todas las medidas de seguridad establecidas, el organismo competente procede a otorgar el respectivo permiso para operar.

6.1.8.3 Patente Municipal

De acuerdo a lo establecido en el Art. 547 del COOTAD, donde determina que todas las personas que ejerzan de forma permanente una actividad económica están en la obligación de obtener la patente municipal como un permiso para operar. El municipio de cada localidad establece ciertos requisitos para su otorgamiento, para el caso del Cantón Antonio Ante son los que se detalla a continuación:

- Formulario de declaración de la Patente Municipal
- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal
- Certificado de no adeudar al municipio
- Pago del valor de la patente

La declaración y pago de la patente municipal se la realiza de forma anual cuyo plazo máximo para efectuar tal proceso es hasta finales del mes de mayo del año subsiguiente a la fecha del último pago.

Entidades que otorgan los permisos de funcionamiento mencionados anteriormente.

Entidad	Documento
Servicio de Rentas Internas	Registro Único de Contribuyentes
	Formulario de registro de la actividad económica
Bomberos Antonio Ante	Permiso de Bomberos
Municipio de Antonio Ante	Patente Municipal
	Formulario de la declaración de la patente municipal
	Certificado de no adeudar al municipio
	Inscripción de la actividad económica

6.1.9 Obligaciones Tributarias

El presente proyecto al estar constituido como una microempresa no asciende a grandes movimientos económicos, por lo que su identificación en el ámbito tributario es de persona natural no obligada a llevar contabilidad, sin embargo, las obligaciones a las que debe responder son:

- **Declaración mensual del Impuesto al Valor Agregado.** - será realizada en el formulario 104A de acuerdo al noveno dígito del RUC

Así también adquiere la responsabilidad de mantener un manejo cronológico de un registro de ingresos y gastos resultantes de la actividad económica a desempeñar.

Análisis del capítulo

Con el desarrollo de la estructura organizacional se pudo establecer la base sobre la cual se ejecutarán las actividades de operación de la microempresa “DISTINCIÓN”, de tal manera que garanticen el respeto hacia las limitaciones establecidas en cuanto a jerarquías y responsabilidades, manteniendo un direccionamiento firme hacia los enfoques de misión y visión planteados bajo parámetros legalmente establecidos, dicha estructura además permite operar de forma organizada generando un ambiente armónico de trabajo y evitando complicaciones con los entes de control.

CAPÍTULO VII

7. Impactos

Objetivo General

Evaluar los probables impactos que generará la implementación del proyecto en el ámbito socioeconómico, empresarial, educativo y ambiental mediante una matriz de evaluación de impactos con el propósito de mitigar los posibles efectos negativos y potencializar los posibles efectos positivos.

7.1 Análisis de Impactos

El desarrollo una nueva actividad económica trae consigo la presencia involuntaria de efectos positivos y negativos que influyen en el entorno y la población donde se lleva a cabo la acción, los cuales pueden ser identificados a medida del paso del tiempo ya sea en el mediano o largo plazo.

En el presente proyecto de acuerdo a la actividad que desarrolla se considera importante realizar el análisis de impactos socio-económico, empresarial, educativo y ambiental con la finalidad de identificar los efectos que el funcionamiento de la microempresa generará en el transcurso de su proceso de operación, mismos que son evaluados mediante la aplicación de una matriz de medición de impactos donde se establecen criterios de valoración que permiten generar una idea del grado de intervención que se requerirá para su respectivo tratamiento con la finalidad de reducir el nivel de afectación de las condiciones normales del entorno.

Cuadro N° 9: Matriz de parámetros de medición de impactos

Impacto	Calificación	Nivel
Negativo	-3	Negativo Alto
	-2	Negativo Medio
	-1	Negativo Bajo
Indiferente	0	No hay Impacto
	1	Positivo Bajo
	2	Positivo Medio
Positivo	3	Positivo Alto

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Así también para la determinación del nivel total de impacto generado en cada aspecto se utilizará la siguiente fórmula:

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{\sum Total\ Numérico}{N^{\circ}\ de\ Indicadores}$$

7.2 Impacto Socio-económico

Evalúa el nivel de incidencia que tendrá la actividad económica del proyecto en el entorno interno y externo donde se desarrollará.

Cuadro N° 10: Matriz de Impacto Socio-económico

Indicador	Nivel de Impacto							Total Numérico	
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Generación de fuentes de empleo							x		3
Estabilidad laboral							x		3
Buenas relaciones laborales						x		2	
Calidad de vida							x		3
Total								2	9

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Nivel de impacto = $11/4 = 2.75$ **Positivo alto**

El impacto socio-económico que el proyecto generará es positivo alto, lo cual es favorable ya que brindará nuevas oportunidades de empleo que permitan mejorar las condiciones de vida de los trabajadores mediante pagos justos y a tiempo que garanticen estabilidad y calidad de vida.

- **Generación de fuentes de empleo**

El bienestar social y económico de un ser humano depende en gran magnitud del acceso a una plaza de trabajo que permita la obtención de ingresos, mismos que cubran las necesidades básicas como alimentación, vestimenta, salud, vivienda y educación, con la implementación del proyecto se prevee generar dichas plazas laborales las cuales en cumplimiento con las políticas establecidas permitirán garantizar la tranquilidad de quienes integren el personal de la microempresa.

Dando así también la oportunidad de incorporarse a temprana edad al mundo laboral a los jóvenes que culminen sus estudios en las áreas de corte y confección, puesto que de acuerdo a la educación recibida en el transcurso de su formación ya contarán con los conocimientos básicos para el desenvolvimiento adecuado de la labor.

- **Estabilidad Laboral**

De acuerdo a la información obtenida en el estudio financiero el presente proyecto muestra un comportamiento favorable en el tiempo lo cual permite determinar su permanencia en el mercado, garantizando mediante esto la estabilidad laboral de su personal ofreciendo bienestar económico y social a las partes relacionadas con la microempresa

- **Buenas relaciones laborales**

Una de las políticas que la microempresa manejará es la de mantener una buena comunicación entre autoridad y empleados con el fin de fortalecer los vínculos de confianza mutuos para evitar la restricción de libre expresión ante cualquier inconformidad presentada.

Así también la microempresa trabajará bajo el criterio de que el talento humano es uno de los recursos que requiere mayor atención puesto que son más susceptibles a presentar emociones desfavorables que afecten su ritmo de trabajo a consecuencia de una no conformidad laboral.

- **Calidad de vida**

En la actualidad el punto de mayor énfasis de responsabilidad de un negocio es garantizar la calidad de vida no solo de su personal sino también de quienes se ven involucrados en el desarrollo de su actividad, motivo por el cual el proyecto al generar fuentes de empleo, estables y bajo parámetros de buena comunicación garantizará el bienestar de los miembros a su cargo puesto que ofrecerá seguridad y confianza a través de una gestión transparente.

Dicho aspecto además se verá regido y fortalecido mediante las políticas, principios y valores dentro de los cuales se enmarca la administración de la microempresa, mismos que para su correcto cumplimiento serán dados a conocer a cada miembro de forma personalizada, así como también se mantendrán expuestas en un lugar visible al alcance de todo el personal.

7.3 Impacto Empresarial

Cuadro N° 11: Matriz de Impacto Empresarial

Indicador	Nivel de Impacto							Total Numérico	
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Emprendimiento							x	2	
Competitividad						x			3
Diversificación de la producción							x		3
Fortalecimiento de la Industria Textil						x		2	
Total								4	6

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Nivel de impacto = $10/4 = 2.5$ **Positivo Alto**

La implantación de la microempresa generará un impacto positivo alto en el ámbito empresarial ya que contribuirá con el desarrollo y fortalecimiento de la Industria textil local, a través de la diversificación de la producción generando nuevos niveles de competitividad que permita mejorar los nuevos retos de emprender un negocio.

- **Emprendimiento**

La presencia de un sin números de emprendimientos constituye una gran fortaleza dentro de la economía del país, puesto que estos pequeños negocios poseen la facilidad de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado evitando desestabilizar el movimiento económico del entorno donde se desenvuelven. La microempresa “DISTINCIÓN” también forma parte del mundo del emprendimiento, de aquellos pequeños negocios donde nacen las ideas más grandes que cubren e incluso superan las expectativas de los clientes.

- **Competitividad**

La competitividad nace desde los pequeños emprendimientos hasta las grandes empresas transnacionales, este término define el prestigio y buen nombre de un negocio el cual es ganado mediante la buena gestión de los recursos y la creación de barreras formidables que permitan hacer frente a las acciones emitidas por parte de nuestros competidores. Una de las formas de sobresalir y crecer como negocio es ser cada día más competitivo mediante la innovación y mejora continua.

- **Diversificación de la producción**

La ciudad de Atuntaqui es una de las pioneras en producción de prendas de vestir, motivo por el cual se designó como el lugar más apropiado para la implementación del presente proyecto ya que al elaborar ropa formal en un ambiente donde la mayor producción textil es de tipo deportivo permite la diversificación de productos dando la oportunidad de ampliar el mercado.

- **Fortalecimiento de la industria textil**

La creación de cada nuevo negocio vinculado al ámbito textil contribuye al fortalecimiento de la industria ya que incrementan la producción, ofertan mayor diversidad de productos y los niveles de competitividad mejoran, consiguiendo con ello excelencia y calidad.

La implementación de cada nuevo emprendimiento permite construir una base formidable sobre la actúan los productores puesto a que pese al tamaño que representan las microempresas, esta aglomeración del sin número de negocios que existen juegan un papel muy importante dentro de la economía local y nacional.

7.4 Impacto Educativo

Cuadro N° 12: Matriz de Impacto Educativo

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Numérico
Espacio para nuevas ideas de innovación.						x		2
Impulso a la rama de la confección.							x	3
Facilidades de desempeño práctico.							x	3
Total								8

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Nivel de impacto = $8/3 = 2,6$ **Positivo Alto**

El impacto que generará el proyecto en el ámbito educativo será Positivo Alto, por cuanto apoya en gran magnitud al sector educativo de la rama de confección.

- **Espacio para nuevas ideas de innovación.**

La implementación de nuevos negocios permite brindar mayor apertura al desarrollo de las ideas de los profesionales, quienes al vincularse al sector laboral traen consigo una visión diferente del ámbito empresarial, se ha asignado una calificación de 2, impacto positivo medio ya que, pese a vincularse con nuevas iniciativas en muchos casos estas no son desarrolladas ya que prefieren acoplarse a los estándares ya definidos, sin embargo se prevee que a través de la contratación de personal recién graduado la microempresa maneje un esquema más actualizado del mundo de la moda y las nuevas tendencias del mercado.

- **Impulso a la rama de la confección**

El fortalecimiento de industria en la ciudad de Atuntaqui logra que día a día se incorporen más estudiantes a la rama de la confección ya que en esta área encuentran una oportunidad para ejercerse a temprana edad, motivo por el cual se le asignó una calificación de 3, impacto alto positivo, puesto que gracias la gran diversidad de factorías que existen en el cantón la demanda de personal calificado es un búsqueda constante lo que permite que los nuevos profesionales se incorporen a las plazas de trabajo de manera inmediata al culminar su carrera.

- **Facilidades de desempeño práctico**

Al encontrarse las instituciones educativas ubicadas en la localidad, cuentan con la oportunidad de introducir a sus alumnos en las factorías para que realicen las practicas pre profesionales que les permiten obtener conocimientos previos antes de ejercerse en el ámbito laboral.

7.5 Impacto Ambiental

Cuadro N° 13: Matriz de Impacto Ambiental

Indicador	Nivel de Impacto							Total	
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Numérico	
Manejo de sobrantes de tela		X						-2	
Contaminación del aire			X					-1	
Ruido del área de trabajo			X					-1	0
Total								-4	0

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Nivel de impacto = $-4/3 = -1.33$ **Negativo Medio**

El nivel de impacto ambiental en el presente proyecto se situó en una puntuación de -1.33 lo que lo califica como un impacto negativo bajo por los efectos adversos que generará a consecuencia del desarrollo del proceso productivo de la microempresa.

- **Manejo de sobrantes de tela**

el impacto que genera los residuos de sobrantes de tela se lo califico como negativo medio ya que los materiales utilizados en la producción de ropa formal no pueden sufrir el mismo tratamiento que se da a los sobrantes de telas de algodón o licra los cuales comúnmente son transformados en guipe, sin embargo, para combatir la presencia de este impacto se prevee entregar dichos residuos aquellos pequeños negocios de tapicería o manualidades donde dichos desechos tienen la opción de volver a ser reutilizados.

- **Contaminación del aire**

Durante el proceso de transformación de la materia prima es inevitable el esparcimiento de pequeñas partículas en el aire (pelusa), para lo cual la microempresa como medida de seguridad con el propósito de salvaguardar la salud de su personal exigirá el uso permanente de mascarillas que eviten la inhalación de dichas partículas.

- **Ruido en el área de trabajo**

El ruido que generará la maquinaria con la que operará la microempresa será mínimo ya que al poseer poca maquinaria no provocará mayor concentración, sin embargo, con el fin de evitar molestias en el resto de instalaciones, la microempresa dentro de su planta de producción mantiene designada un área exclusiva para la confección de las prendas de vestir.

7.6 Impacto General

Cuadro N° 14: Matriz de Impacto General

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Numérico
Impacto Socio-económico							x	3
Impacto Empresarial							x	3
Impacto Educativo							x	3
Impacto Ambiental		x						-2
Total								-2 9

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Nivel de impacto = $7/4 = 1.75$ **Positivo medio**

Análisis

El impacto general que provocará la implantación del proyecto será Positivo medio, motivo por el cual se determina que su operatividad no generará mayores repercusiones negativas en el estado natural del entorno ni de la población donde se llevará a cabo el desarrollo de la actividad económica, tomando en cuenta que se debe mantener las medidas de precaución previstas anteriormente para evitar alteraciones en los resultados obtenidos de la evaluación realizada.

CONCLUSIONES

- Mediante el estudio del diagnóstico situacional de la ciudad de Atuntaqui se estableció que al ser un sector textil de gran prestigio cuenta con condiciones favorables que benefician la creación de la microempresa como organismos de apoyo, educación en manejo de textiles y disponibilidad de recursos.
- La información extraída de fuentes teórico-científicas constituyen la base de sustento de los criterios emitidos sobre el tema de indagación, convirtiéndose en la guía de orientación y apoyo para el desarrollo e interpretación de la investigación
- El estudio de mercado mediante la aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas (encuesta y entrevista) permitió conocer el comportamiento actual de oferentes y demandantes del área textil, identificando la oportunidad de abastecer al nicho de mercado insatisfecho de ropa formal en función a los requerimientos y niveles de preferencia de los posibles clientes.
- Con el desarrollo del estudio técnico se identificó que la zona cuenta con infraestructuras físicas, recursos materiales y humanos adecuados para la instalación de la planta productiva y comercializadora del proyecto, además se evidenció la existencia de fuentes de financiamiento que permitirán la implementación óptima de la microempresa.
- El análisis de la evaluación financiera generó una visualización clara del comportamiento de los recursos económicos que mantendrán la operatividad del proyecto, los cuales al ser analizados mediante la aplicación de indicadores y criterios de evaluación son favorables para la realización del mismo.

- El manejo de la estructura organizacional admite el establecimiento de parámetros de responsabilidad y delimitaciones de funciones sobre los cuales actuarán todas las personas involucradas en el desarrollo del proyecto a fin de evitar inconformidades dentro del área de trabajo.
- El impacto general obtenido fue positivo medio lo cual muestra una aceptabilidad razonable para llevar a cabo el desempeño de la actividad ya que no alterará irresponsablemente el entorno natural en el que el proyecto se desarrollará.

RECOMENDACIONES

- Con el propósito de hacer buen uso de las condiciones favorables que presenta la ciudad de Atuntaqui se sugiere llevar a cabo la implementación del proyecto, acción que permitirá apoyar el fortalecimiento textil del sector.
- Para construir una base sólida de conocimientos en el campo de investigación se propone aprovechar los recursos bibliográficos y virtuales disponibles en los medios universitarios.
- La generación de nuevas ideas que permitan captar más nichos de mercado demandan mayores exigencias por lo que se recomienda tener en cuenta los requerimientos del mercado en cuanto a la producción y comercialización del producto, así como también mantenerse en constante actualización sobre los cambios en la moda.
- Tomando en cuenta que los beneficios futuros que ofrece el proyecto cubrirán la capacidad de endeudamiento se manifiesta acceder a las fuentes de financiamiento promovidas por entidades estatales en apoyo al desarrollo de las pequeñas empresas.
- En base a los datos presentados en el estudio financiero, analizados mediante indicadores de evaluación donde se muestra un comportamiento favorable de los recursos económicos, se sugiere implementar el proyecto ya que su puesta en marcha permitirá la pronta recuperación de la inversión asegurando su permanencia en el mercado y generando réditos económicos al inversionista.
- Con la finalidad de mantener un ambiente laboral armónico se deberá dar a conocer y hacer cumplir la filosofía empresarial que manejará el proyecto a todo el personal involucrado.
- Se recomienda trabajar en la constante mitigación de los impactos negativos que generará la implementación del proyecto para evitar la presencia de efectos adversos que atenten el bienestar económico y social.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDRADE, N., & GUAJARDO, G. (2014). Contabilidad Financiera (Sexta ed.). México D.F: Mc Graw Hill Education.
- ARAUJO, D. (2012). Presupuestos Empresariales (Primera ed.). México: Trillas.
- ARBOLEDA, G. (2013). Proyectos (Segunda ed.). Bogotá: Alfaomega.
- ARMSTRONG, G., JUAN, J. M., KOTLER, P., MERINO, M. J., & PINTADO, T. (2011). Introducción al Marketing. Madrid: Pearson educación S.A.
- BAHILLO, E., ESCRIBANO, G., & PÉREZ, C. (2013). Gestión Financiera (Primera ed.). Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
- BENJAMÍN, E., & FINCOWSKY, F. (2014). Organización de Empresas (Cuarta ed.). México D.F: Mc Graw Hill Educación.
- BRAVO, M. (2011). Contabilidad General (Décima ed.). Quito: escobar impresores.
- CALLEJA, F. J., & CALLEJA, F. (2014). Contabilidad Administrativa (Segunda ed.). México: pearson educación.
- CHAIN, N. S. (2011). Proyectos de Inversión. Chile: pearson educación.
- GARCIA, F. C. (2014). Cómo ser y crear una oferta irresistible. México: Lulu Zapotan.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2013). Fundamentos de Marketing (Decimoprimer ed.). México: pearson educación.
- MARTINEZ, G. (2012). La Ingeniería en la Industria de la confección (Primera ed.). México: Trillas S.A.
- MEZA, J. (2013). Evaluación Financiera de Proyectos (Tercera ed.). Bogotá: Ecoe.
- MÜNCH, L., RICALDE, E., SANDOVAL, P., & TORRES, G. (2015). Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia. México: Trillas S.A.
- RINCÓN, C., & VILLAREAL, F. (2014). COSTOS I (Primera ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- RIOS, M. d. (2015). Marketing y plan de negocio de la microempresa (Primera ed.). España.

- SCHLEMENSON, A. (2014). Análisis organizacional en PYMES y empresas de familia. Buenos Aires - Granica.
- SERRANO, J. E. (2013). Gestión Logística y Comercial. Paraninfo S. A.
- SLYWOTZKY, A. (2012). DEMANDA: Crear lo que las personas desean antes de que sepan que quieren. Bogotá.
- ZAPATA, P. (2015). Contabilidad de Costos (Segunda ed.). Bogotá: Alfaomega.

BASE LEGAL

- Código Civil.
- Código Tributario.
- Ley de Registro Único de Contribuyentes.
- Reglamento de aplicación de la Ley de régimen tributario Interno.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.
- Plan Nacional de Buen Vivir.

LINCOGRAFÍA

- AITE. (14 de febrero del 2015). Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. Recuperado el 19 de Abril del 2016, de <http://www.aite.com.ec/industria-textil.html>
- SRI. (05 de Enero del 2016). Servicio de Rentas Internas. Recuperado el 22 de Abril del 2016, de <http://www.sri.gob.ec/de/31>
- COMEX. (21 de enero del 2016). Ministerio de Comercio Exterior. Recuperado el 24 de Abril del 2016, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/resoluciones-comex-2016/>
- CONEVAL. (07 de Diciembre del 2014). Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, Recuperado el 18 de Mayo del 2016, de http://www.coneval.org.mx/Evaluacion/MDE/Paginas/Evaluacion_Impacto.aspx
- FLORESTA, M. d. (13 de Noviembre de 2012). Las pequeñas empresas. Recuperado el 18 de Mayo del 2016, de <https://laspequenasempresas.wordpress.com/2012/11/13/caracteristicasdelamicroempresa>
- INEC. (28 de Noviembre del 2010). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Recuperado el 16 de Mayo del 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/poblacion-y-migracion/>
- LÍDERES. (15 de Diciembre del 2014). Revista Líderes. Recuperado el 13 de mayo del 2016, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/competencia-textileros-ecuatorianos-aumenta.html>
- Ministerio Coordinador de Produccion, Empleo y Competitividad. (13 de Enero del 2016). Recuperado el 24 de Mayo del 2016, de <http://www.produccion.gob.ec/producir-en-ecuador-es-la-meta-consume-primero-lo-nuestro/>
- OMC. (07 de Abril del 2016). Organización Mundial del Comercio. Recuperado el 02 de Junio del 2016, de https://www.wto.org/spanish/news_s/pres16_s/pr768_s.htm
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante. (2012-2030). Recuperado el 13 de Mayo del 2016, de http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/images/PDF/plan_desarrollo_cantonal_2011.pdf
- PROTOCOLO. (22 de Marzo de 2016). Recuperado el 30 de Mayo del 2016, de https://www.protocolo.org/social/vestuario/el_vestuario_formal_cuando_utilizarlo.html
- SNI. (04 de Febrero del 2015). Sistema Nacional de Información. Recuperado el 19 de Mayo del 2016 de <http://indestadistica.sni.gob.ec>
- TALENT, L. (2 de Febrero de 2016). Recuperado el 13 de junio del 2016, de <https://www.lancetalent.com/blog/guia-emprendedor/>

ANEXOS

ANEXO 1 Técnicas e Instrumentos de investigación

Información primaria

La información primaria es aquella fuente mediante la cual es posible la extracción de datos de forma directa, se caracteriza por la interacción cercana entre los actores de la investigación.

Encuesta

Con la aplicación de este instrumento de investigación se logra la recopilación de información concisa, a través de la aplicación de un conjunto predeterminado de preguntas que permiten obtener un resultado claro de la opinión pública acerca del tema indagado.

Entrevista

Mediante la aplicación de esta técnica de investigación podemos conocer y obtener información sobre el tema de estudio, tras la intercomunicación entre 2 o más personas, generándonos una amplia oportunidad de indagar aspectos de interés mediante la estabilización de un diálogo mutuo.

ANEXO 2 Formato de la encuesta dirigida a posibles consumidores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera de Contabilidad y Auditoría

Objetivo: Determinar el nivel de aceptación de prendas de vestir de estilo formal en la ciudad de Atuntaqui.

Indicaciones: Marque con una (x) la opción que considere conveniente.

Genero

Masculino ()

Femenino ()

Edad

15 – 25 ()

26 – 35 ()

36 – 45 ()

46 o más ()

1.- ¿Cuándo adquiere prendas de vestir que aspecto cautiva su atención?

Color ()

Diseño ()

Material ()

Marca ()

2.- ¿En qué lugares prefiere comprar prendas de vestir?

Almacenes de la localidad ()

Almacenes de los alrededores ()

Centros comerciales ()

Catálogos ()

Mercado ()

Otro cual.....

3.- ¿Usted ha adquirido prendas de vestir de tipo formal?

Si () No ()

4.- ¿En qué grado calificaría Ud. la satisfacción que le ha brindado la adquisición de estas prendas?

Muy Bueno ()

Bueno ()

Regular ()

5.- Al momento de comprar ropa formal, prefiere que sea:

Elaborada bajo diseño estándar ()

Elaborada a su medida ()

6.- ¿Conoce ud algún local comercial en Atuntaqui que se dedique a la producción y venta de ropa formal?

Si () No ()

Cual

7.- ¿Con qué frecuencia adquiere este tipo de prendas?

Quincenal ()

Mensual ()

Trimestral ()

Más de tres meses ()

8.- ¿Con que suele acompañar el vestuario formal?

Bisutería y accesorios ()

Zapatos ()

Otros Cuales

9.- ¿Le gustaría que en la ciudad de Atuntaqui exista una microempresa de diseño, producción y comercialización de ropa formal?

Si () No ()

10.- ¿Estaría dispuesto (a) a adquirir los productos que oferte dicha microempresa?

Si () No ()

11.- ¿Qué tipo de prendas preferiría encontrar en esta microempresa?

CABALLEROS		DAMAS		NIÑOS	
Ternos completos		Ternos completos		Ternos Completos	
Pantalones		Pantalones		Pantalones	
Chaquetas		Chaquetas			
Chalecos		Faldas			

12.- ¿En qué material prefiere que sean elaboradas las prendas de tipo formal?

Gabardina ()

Poliéster ()

Casimir ()

Paño ()

Strech ()

Otra cual

13.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la mano de obra empleada en la fabricación de estas prendas de vestir de estilo formal?

PRENDAS	Caballero			Dama			Niño		
	Dólares			Dólares			Dólares		
Terno Completo	80 – 90	91 – 100	101 o mas	65 – 75	76 – 86	87 o más	60 - 70	71 - 80	81 o mas
Pantalón	20 – 30	31 – 40	41 o más	15 – 25	26 – 35	36 o mas	12 - 22	23 - 32	32 o mas
Chaqueta	60 -70	71 – 80	81 o más	50 – 60	61 – 70	71 o mas			
Chaleco	20 – 30	31 – 40	41 o mas						
Falda				15 – 25	26 – 35	36 o mas			

14.- Porque medio le gustaría que se dé a conocer los productos que ofrece la microempresa?

Volantes ()

Emisoras de Radio ()

Redes Sociales ()

Ferias ()

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 3 Entrevista dirigida a productores de ropa formal



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera de Contabilidad y Auditoria

Entrevista Productores

- 1.- Cuanto tiempo se dedica a la actividad?
- 2.- Que tipo de prendas fábrica?
- 3.- Cual es el segmento de mercado que presenta mayor demanda de sus productos
- 4.- ¿Cuál es el material de mayor preferencia por parte del cliente para la elaboración de prendas formales?
- 5.- ¿Dónde se encuentran ubicados sus principales proveedores de materia prima y suministros, y cuáles son?
- 6.- Cual es el costo de la mano de obra por la fabricación de productos como:

PRENDAS	Caballeros	Damas	Niños
Ternos Completos			
Pantalón			
Chaleco			
Chaqueta			
Falda			

- 7.- Dispone de mercadería en stock para la venta?
- 8.- Cuenta con un establecimiento para la comercialización de sus productos?
- 9.- Estaría usted dispuesto a prestar sus servicios a otro taller

ANEXO 4 Entrevista dirigida a comercializadores de ropa formal

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS




Carrera de Contabilidad y Auditoría

Entrevista Comercializadores


- 1.- ¿Quién es su proveedor de mercadería?
- 2.- ¿Dónde se encuentran ubicados sus proveedores de mercadería?
- 3.- ¿Cuál es el segmento poblacional que refleja mayor demanda en las prendas de tipo formal?
- 4.- ¿En qué material prefiere el cliente encontrar este tipo de prendas?
- 5.- ¿Cuánto es el número de prendas formales promedio que vende al día?
- 6.- ¿Qué tipo de prendas formales son las de mayor demanda?
- 7.- ¿Cuál es el precio de venta de:

PRENDAS	Damas (Tela Strech)	Caballeros (Tela Gabardina)	Caballeros (Tela Poliéster)	Niños (Tela Gabardina)	Niños (Tela Poliéster)
Ternos Completos					
Pantalón					
Chaleco					
Chaqueta					
Falda					

ANEXO 5 Ficha de Observación de campo

 <div style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS <u>Carrera de Contabilidad y Auditoria</u></div>	
Lugar: Atuntaqui	
Fecha: 11 de mayo del 2016	
Elaborado por: Patricia Chuquín	
Observaciones	Comentarios
En los barrios aledaños a la ciudad de Atuntaqui como San Luis, Tierra Blanca, La Ciudadela, Santa Isabel, Los Ovalos y Pilascacho se pudo observar la gran aglomeración de pequeños talleres maquiladores de producción textil cuyos propietarios son ex trabajadores de la fabricas existentes en el cantón, los cuales optan por esta medida con el propósito de no descuidar sus hogares principalmente en muchos casos sus hijos y familiares.	El conocimiento previo del desempeño de los ex trabajadores de las fabricas permiten que estas faciliten su producción para sean elaboradas en los propios domicilios y se entregue el producto terminado.

ANEXO 6 Oficio de entrega de información



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DE ANTONIO ANTE**

Oficio Nro.129-2016-GMAA- DPT-D
Atuntaqui,25 de Mayo del 2016

PARA: Srta. Patricia Chuquín.

PETICIONARIA.

ASUNTO: ENTREGA DE INFORMACION SOLICITADA.

De mi consideración:

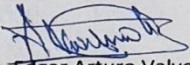
Dando contestación al trámite N° 607954 en el que solicita:

- Registro de los talleres textiles existentes en el Cantón y
- Plan de Ordenamiento Territorial.


Por medio de la presente hago la entrega del Plan de Ordenamiento Territorial en archivo digital.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente




Arq. Edgar Arturo Valverde Maldonado
DIRECTOR DE PLANIFICACION TERRITORIAL E INSTITUCIONAL




ANTONIO ANTE
Tejiendo Desarrollo

Atuntaqui - Ecuador / Calle Amazonas y Av. Julio Miguel Aguinaga
Telfs.: 593 062 906 117 / 062 906 039 / Fax: 062 907 646
Email: municipio@antonioante.gob.ec / www.antonioante.gob.ec
Atuntaqui- Gobierno Municipal de Antonio Ante
@AtuntaquiGMAA


Empresa Pública de Agua Potable y Alcantarillado Antonio Ante gerencia@epaa.gob.ec / Telf.: 062906 823
Empresa Pública Fábrica Textil Imbabura info@fabricaimbabura.gob.ec / Telf.: 062 908 660
Empresa Pública de Servicios Municipales sermaa@sermaa.gob.ec / Telf.: 062 910 110
Desarrollo Socioeconómico y Patronato desarrollo.socioeconomico@antonioante.gob.ec / Telf.: 062 908 266
Consejo Cantonal de la Niñez y Adolescencia ccona-aa@antonioante.gob.ec / Telf.: 062 908 266 Ext.: 146
Junta Cantonal de Protección de Derechos jproteccion@antonioante.gob.ec / Telf.: 062 908 266 Ext.: 106
Registro de la Propiedad rpropiedad@antonioante.gob.ec / Telf.: 062 906 115 Ext.: 130



SERMAA EP



EPAA
EMPRESA PÚBLICA DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO ANTONIO ANTE



**FÁBRICA
IMBABURA**

ANEXO 7 Empresas Textiles de Antonio Ante 2016

FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR			
N°	RUC	Personería	Razón Social
1	0190003299001	SOCIEDAD	PASAMANERIA S.A.
2	0401113188001	NATURAL	USAMA CHAMORRO MARIA CLEMENCIA
3	0601673684001	OBLIGADA	SALAZAR PACHECO CESAR ANIBAL
4	1000206308001	NATURAL	ROJAS ROBAYO LAURA MARINA
5	1000211308001	NATURAL	DE LA TORRE IPIALES LUIS ALBERTO
6	1000222057001	OBLIGADA	VEGA GONZALEZ CELSO BOLIVAR
7	1000228039001	NATURAL	GONGORA ESPINOSA CESAR ANTONIO
8	1000228088	NATURAL	DAVILA GARZON PACO ANIBAL
9	1000242139001	NATURAL	PINEDA BUITRON LUZ MARIA FABIOLA
10	1000242881	NATURAL	BOLAÑOS ECHEVERRIA MARIA EULALIA
11	1000561553001	OBLIGADA	BOLAÑOS FUENTES GUIOMARZA MAGDALENA
12	1000568392	NATURAL	RODRIGUEZ GUAJAN JOSE MIGUEL
13	1000588812001	NATURAL	SALTOS TAMAYO SONIA TERESA DEL ROSARIO
14	1000592574001	NATURAL	CHAVARREA CEVALLOS PASTORA MARIA
15	1000594042001	NATURAL	CHAVARREA VALLEJOS JAIME RAFAEL
16	1000636694001	NATURAL	POSSO NARVAEZ MARIA FRAICEDA
17	1000663128001	NATURAL	MENESES CALDERON MARIA ESPERANZA DEL PILAR
18	1000700326001	NATURAL	AGUIRRE NARVAEZ ELBA MARIA
19	1000762680001	NATURAL	ORTIZ MARTHA DE LOURDES
20	1000788909001	NATURAL	PONCE JIJON MARIANA DEL CARMEN
21	1000838548001	NATURAL	VILLEGAS POSSO MARIA ROSARIO
22	1000843688001	NATURAL	AVILA GUERRERO ROMELIA CATALINA
23	1000845162001	NATURAL	ALVEAR PUERTAS ROSARIO
24	1000889749001	NATURAL	DAVILA BRAVO MARINA
25	1000989945001	OBLIGADA	ESTEVEZ VILLEGAS MARTHA MARINA
26	1001003910001	NATURAL	TORRES CALDERON LAURA INES
27	1001009602001	NATURAL	VALENZUELA BASTIDAS LUIS FERNANDO
28	1001164035001	NATURAL	JACOME CALDERON MARTHA ZULEMA
29	1001237740	NATURAL	VINUEZA CHIRIBOGA ANITA MARGOTH
30	1001266723001	OBLIGADA	ESPINOSA CALDERON CARLOS ALFREDO
31	1001281359001	NATURAL	MONTUFAR ESPINOSA GLORIA ISABEL
32	1001354479001	NATURAL	QUIMBIULCO ESCOBAR CARMEN VICTORIA
33	1001358223001	NATURAL	MALES QUINCHE LUIS ALONSO
34	1001361409001	NATURAL	ENDARA SEVILLA MARTHA CECILIA
35	1001398898001	NATURAL	CONDOR GALINDO ANA LUISA
36	1001454121001	NATURAL	POSSO PADILLA MARTHA YOLANDA
37	1001501699001	OBLIGADA	CALDERON SALTOS RICHARD OSWALDO

38	1001502473001	OBLIGADA	VACA CALDERON SILVIA MARIBEL
39	1001511508001	NATURAL	MONTALVO CALDERON FANNY YOLANDA
40	1001514759	NATURAL	CONFECCIONOES CARMITEX
41	1001529963001	OBLIGADA	ESPINOSA CALDERON LUIS FERNANDO Y OTROS
42	1001530581001	OBLIGADA	MARROQUIN ESPINOSA LUIS FABIAN
43	1001544798001	NATURAL	VILLEGAS BOLAÑOS VICTOR HUGO
44	1001576394001	NATURAL	VACA CALDERON JESUS AMABLE
45	1001589520001	NATURAL	ANDRADE PONCE AMPARO PATRICIA
46	1001595758001	NATURAL	VEGA BRAVO EUDOCIA LUCIA
47	1001596442	OBLIGADA	VILLEGAS BOLAÑOS AGUSTIN RODRIGO
48	1001621893001	NATURAL	ESPINOSA PAREDES MONICA VIRGINIA
49	1001626058001	OBLIGADA	ESTEVEZ VILLEGAS JOSE MIGUEL
50	1001646809001	NATURAL	GOVEO RAMOS CARMEN GRACIELA
51	1001651627001	OBLIGADA	VEGA VEGA MARCIA ELISA
52	1001653318001	NATURAL	YEPEZ PONCE SONIA MARIA
53	1001656139001	NATURAL	GONZALEZ TORRES NARCIZA ELIZABETH
54	1001684818001	NATURAL	JACOME GUEVARA MARCO VINICIO
55	1001691078001	OBLIGADA	ORTIZ PINEDA JORGE PATRICIO
56	1001694015	NATURAL	DONOSO CALDERON LAURA PATRICIA
57	1001709334001	NATURAL	CADENA JACOME CARMITA XIMENA
58	1001718293001	OBLIGADA	ANDRADE ENDARA MARIA MERCEDES
59	1001721537	NATURAL	DIAZ CALUQUI DINA ELENA
60	1001726882001	OBLIGADA	ESPINOSA CALDERON ROSA LUCIA
61	1001746690001	NATURAL	RIVADENEIRA AYALA BERTHA NARCIZA
62	1001747482001	OBLIGADA	CEVALLOS ALOMIA PIEDAD ALEJANDRINA
63	1001757242001	NATURAL	RUIZ ZUMARRAGA ANGEL FABIAN
64	1001769502001	NATURAL	JACOME POSSO SANDRA MARIBEL
65	1001774544001	OBLIGADA	LOPEZ CHAVARREA HENRY JAVIER
66	1001774577	OBLIGADA	JACOME VILLEGAS MARCO VINICIO
67	1001779519001	NATURAL	ANDRADE ENDARA MARIO PATRICIO
68	1001789286001	NATURAL	LIMA MAIGUA SEGUNDO RAFAEL
69	1001795549001	OBLIGADA	PAREDES JIJON JUAN CARLOS
70	1001845179001	OBLIGADA	IBADANGO LIMAICO MARIA HERMELINDA
71	1001853132001	NATURAL	LOPEZ CHAVARREA EDDY ROLANDO
72	1001864709001	OBLIGADA	FLORES ESPINOSA NORMA CECILIA
73	1001885001001	NATURAL	GOBEO AGUIRRE MARINA EUGENIA
74	1001896016001	NATURAL	BOLAÑOS PONCE JENNY CATALINA
75	1001900909001	NATURAL	ANDRADE NANCY DEL ROCIO
76	1001986635001	NATURAL	VINUEZA QUEREMBAS BLANCA MARITZA
77	1001987401001	OBLIGADA	PASTRANA ZUMARRAGA ALEJANDRA
78	1001987690001	OBLIGADA	VEGA BOLAÑOS PABLO ROMAN

79	1001988045001	NATURAL	LIMAICO SUAREZ LIGIA INES
80	1001993185001	NATURAL	GORDON MORETA MARIA ELENA
81	1001997996001	NATURAL	VEGA BOLAÑOS GABRIELA SUSANA
82	1002003414001	NATURAL	VERGARA CARRERA JORGE MARCELO
83	1002019188	NATURAL	AVILA DIAZ ELIZABETH DEL ROCIO
84	1002021010001	NATURAL	PEREZ GALLARDO CARLOS DAVID
85	1002022695001	NATURAL	PLACENCIA ROSERO ANGELO ABADT
86	1002080107001	OBLIGADA	TERAN LOPEZ EDWIN JAVIER
87	1002085429	NATURAL	GOVEO RAMOS BLANCA INES
88	1002094264001	NATURAL	GUERRERO MARIA FERNANDA
89	1002096228001	NATURAL	AGUIRRE GORDON GRACIELA MAGDALENA
90	1002118287001	NATURAL	AMAGUAÑA VEGA FANY MARISOL
91	1002119327001	NATURAL	YEPEZ ROCHA CECILIA ELIZABETH
92	1002133336001	NATURAL	YEPEZ VIRACocha ROCIO MAGDALENA
93	1002167045	OBLIGADA	LOPEZ JIMENEZ YECENIA MARIBEL
94	1002180501001	NATURAL	DAVILA POSSO TATIANA ELIZABETH
95	1002182598001	NATURAL	BOLAÑOS POSSO ZOILA MARIELA
96	1002203311	NATURAL	MORETA ZANGO MARIA ISABEL
97	1002213260	NATURAL	LUNA ALMEIDA VERONICA ELIZABETH
98	1002227419001	NATURAL	AMAGUAÑA MAIGUA EDWIN ROLANDO
99	1002236121	NATURAL	SOPALO PULAMARIN LUZ MARIA
100	1002238788001	NATURAL	PAREDES BELTRAN DIEGO ALFONSO
101	1002252813001	NATURAL	BOLAÑOS REYES PATRICIA JHAQUELINE
102	1002257887001	NATURAL	CALDERON TERREROS LUCILA
103	1002275061001	OBLIGADA	VASQUEZ GUERRA TAVITA NOHEMI
104	1002278248	NATURAL	POTOSI MESA MARIA DOLORES
105	1002290730001	NATURAL	DAVILA POSSO AMANDA GABRIELA
106	1002309126	NATURAL	MORALES DIAZ MARIA CARMEN
107	1002314027001	NATURAL	GUEVARA DOMINGUEZ VERONICA LUCIA
108	1002332342001	NATURAL	FRANCO PROAÑO LUIS ALBERTO
109	1002340428001	NATURAL	CALDERON ANDRADE GABRIELA MARLENE
110	1002356887001	NATURAL	PALACIOS SALGADO SIMON BOLIVAR
111	1002378816001	NATURAL	MARTINEZ JATIVA CRISTIAN HOMERO
112	1002379046001	NATURAL	GONGORA DAVILA FANNY DIOCELINA
113	1002379475001	NATURAL	CALDERON SALTOS CINTIA ELIZABETH
114	1002379608001	NATURAL	LOZA USAMAG MARIA ELENA
115	1002380390001	NATURAL	VILLEGAS NONTALVO CATALINA ALEXANDRA
116	1002387593	NATURAL	BELTRAN MEDINA MONICA MARGARITA
117	1002401436001	NATURAL	ANGAMARCA SOLANO GLORIA ELIZABETH
118	1002401972001	NATURAL	PALACIOS TORRES EDUARDO JAVIER
119	1002410403001	NATURAL	MEDRANO QUILIGUANGO ROSA MARIA

120	1002421467001	NATURAL	LOPEZ CHAVARREA DIANA CRISTINA
121	1002424206001	NATURAL	CALDERON ESTEVEZ PAMELA M.
122	1002424958001	NATURAL	FIERRO PILATAXI MONICA CONSUELO
123	1002431235001	NATURAL	LOPEZ GALLEGOS MARIA ROXANA
124	1002435566001	NATURAL	CERVANTES CALDERON GUSTAVO FERNANDO
125	1002440715001	OBLIGADA	AVILA VALLEJOS ANA CRISTINA
126	1002440806001	NATURAL	BOLAÑOS RECALDE VERONICA PATRICIA
127	1002455101001	NATURAL	MARTINEZ JATIVA PAOLA FERNANDA
128	1002481321001	OBLIGADA	VALLEJO RUIZ HUGO DAVID
129	1002488169	NATURAL	QUINTIGUIÑA QUINTEROS ANA MARIA
130	1002531703001	NATURAL	CARANQUI CAMPOS ROSA ELOISA
131	1002550430	NATURAL	SUAREZ TITUAÑA MARIA TERESA
132	1002556031001	NATURAL	TIXILIMA LIMA BLANCA INES
133	1002563060001	NATURAL	HERNANDEZ ESPINOSA SILVANA MARLENE
134	1002640488001	NATURAL	MICHELENA SUBIA CARINA MARGARITA
135	1002644381001	NATURAL	RAMIREZ TUQUEREZ MARIA LOURDES
136	1002648994001	NATURAL	GARZON JACOME SILVANA PATRICIA
137	1002712022001	NATURAL	CALDERON RUALES MARIA FERNANDA
138	1002746517001	OBLIGADA	SANCHEZ ORTIZ VERONICA CRISTINA
139	1002786737001	NATURAL	MONTALVO POTOSI MARIA ESTHER
140	1002818647001	NATURAL	VALLEJOS GUAJAN DELIA MARIANA
141	1002822037001	NATURAL	CHIZA MORAN MARILUZ
142	1002826624001	NATURAL	VALLEJOS CARABAJAL XIMENA DEL CARMEN
143	1002832622001	NATURAL	RUIZ ESPINOSA CRISTIAN PATRICIO
144	1002879904001	NATURAL	JIMENEZ GARZON MAIRA ROCIO
145	1002895405001	NATURAL	LIMA MORAN JUAN CARLOS
146	1002911699001	NATURAL	CABASCANGO POTOSI MARIA MARGARITA
147	1002937983001	NATURAL	CERVANTES CALDERON VIVIANA LORENA
148	1002969721001	OBLIGADA	PAREDES BELTRAN MARIA FERNANDA
149	1002976668001	NATURAL	FUENTES REGALADO MAYRA CECILIA
150	1002998050001	NATURAL	TORRES GUAMAN GABRIELA ALEXANDRA
151	1003059548001	NATURAL	PALACIOS MONTALVO LEONELA SOLEDAD
152	1003147640001	NATURAL	CALDERON TERREROS KARINA
153	1003199385001	NATURAL	RUIZ ESPINOSA GUSTAVO DAVID
154	1003223904001	NATURAL	POTOSI DIAZ CRISTINA JANETH
155	1003223938001	NATURAL	ARIAS TERAN ROSA ELIZABETH
156	1003250436001	NATURAL	JACOME QUILUMBANGO MIRIAN ELIZABETH Y HNO
157	1003305917	NATURAL	MONTALVO DIAZ JAIRO WASHINGTON
158	1003305941	NATURAL	MONTALVO DIAZ FABIAN
159	1003345293001	NATURAL	VILLEGAS BRAVO MARCO VINICIO
160	1003353255001	NATURAL	SIMBAÑA QUILCA CARMEN ADRIANA

161	1003424437001	NATURAL	AGUIRRE ANDRADE JOHANNA PAOLA
162	1003426119	NATURAL	CORDOVA PINEDA FAUSTO SERGIO
163	1003429477001	NATURAL	TERAN ANDRADE KARINA ALEXANDRA
164	1003476114	NATURAL	CACHIMUEL IMBAQUINGO ANA NATALIA
165	1003525662001	NATURAL	CHULDE ERAZO ANA LORENA
166	1003628623001	NATURAL	JACOME CALDERON SILVIA PAOLA
167	1003777685	NATURAL	VINUEZA MOROCHO MIRYAN ROCIO
168	1003822481001	NATURAL	JACOME JACOME GIOVANA KARINA
169	1003864830001	NATURAL	MONTALVO MORALES LUIS MIGUEL
170	1004494470	NATURAL	CARANQUI RAMIREZ PATRICIA ELIZABETH
171	1004796460001	NATURAL	SUAREZ ESTEVEZ MARIA ELENA
172	1091719548001	SOCIEDAD	DAVILA MARTINEZ CIA. LTDA.
173	1091725785001	SOCIEDAD	KARMAN ESPINOSA PAREDES CIA.LTDA.
174	1091726455001	SOCIEDAD	TEJID.Y BORD.- RUIZ ESPINOSA E HIJOS
175	1091727443001	SOCIEDAD	COMERCIALIZADORA FASHION CLUB
176	1091728903001	SOCIEDAD	COMPANDAES S.A.
177	1091740849001	SOCIEDAD	ASOCIACION DE DESARROLLO SOCIAL E INTEGRAL ATUNTAQ
178	1309537387001	NATURAL	MERO REYES MARIA ELENA
179	1704661873001	NATURAL	CERDA ROMERO EDDY
180	1704925831001	NATURAL	MEMDIETA MENDOZA HUGO MANUEL
181	1709866220001	NATURAL	BELTRAN ROSA ANITA
182	1712239142001	NATURAL	BOLAÑOS JARAMILLO ANA BERTHA
183	1719027466001	NATURAL	GUACHALA ESPINOZA MARIA MARIANA
184	1792270022001	SOCIEDAD	MONNYCREACCIONES CIA. LTDA
185	1792326125001	SOCIEDAD	CAPTUMODA ECUADOR CIA LTDA.
186	1792326427001	SOCIEDAD	FABRINORTE Cía LTDA
187	1792407656001	SOCIEDAD	INSPIREFASHION CIA. LTDA.
188	1792473519001	SOCIEDAD	COMPAÑIA SIBAFE S.A.
189	1792545773001	SOCIEDAD	LOPEZ PASTRANA INDUSTRIA TEXTIL LOPAINTEX CIA LTDA

VENTA AL POR MAYOR DE PRENDAS DE VESTIR			
N°	RUC	Personería	Razón Social
1	0401540174001	NATURAL	CUEVA SANDOVAL KARINA GABRIELA
2	1000202612001	NATURAL	LOPEZ VILLEGAS MARCO TULIO
3	1000700276	OBLIGADA	RECALDE GARDENIA
4	1001136108001	NATURAL	YEPEZ VASQUEZ LUIS RAMIRO
5	1001479714001	OBLIGADA	VEGA VEGA BLANCA MARUJA
6	1001519451001	NATURAL	CALDERON LEON MARCO BENIGNO
7	1001525938001	NATURAL	MAIGUA CHIZA LUIS HUMBERTO
8	1001580867001	NATURAL	PUPIALES ANGAMARCA LUIS NELSON
9	1001586955001	NATURAL	AGUI8RRE GORDON LUIS ALFONSO
10	1001625324001	OBLIGADA	DAVILA POSSO EDWIN MAURICIO
11	1001653573001	OBLIGADA	DAVILA BENITEZ NORA MAGDALENA
12	1001653615001	NATURAL	RECALDE ANDRADE MONICA ROBERTINA
13	1001691052	NATURAL	ORTIZ PINEDA ROBERTO CARLOS
14	1001729787001	OBLIGADA	JACOME ANDRADE SONIA JAQUELINE
15	1001738929001	NATURAL	VACA CALDERON CASTORINA GERMANIA
16	1001765328001	NATURAL	REYES RUIZ MARTHA YOLANDA
17	1001786506001	NATURAL	MONTALVO SARZOZA BAYARDO ROBERTO
18	1001787074001	OBLIGADA	DAVILA POSSO PATRICIO VICENTE
19	1001810611001	NATURAL	CARAGULLA LUIS HECTOR
20	1001962149001	NATURAL	GRIJALVA MAIGUA ROBERTO ISRAEL
21	1002006441001	NATURAL	CHAGNA ANDRADE DARWIN FABIAN
22	1002112090001	NATURAL	MANCERO ALBUJA OSCAR MAURICIO
23	1002120796	NATURAL	DAVILA ESTEVEZ GABRIELA ELIZABETH
24	1002211462001	NATURAL	LEMA MUENALA MARIA BLANCA
25	1002248464001	NATURAL	POMASQUI COLIMBA TELMO ANDRES
26	1002278636001	OBLIGADA	VACA MONTESDEOCA JUAN PABLO
27	1002296356001	NATURAL	VALLEJOS CALDERON XIMENA ELIZABETH
28	1002347761001	NATURAL	ANDRADE MONTALVO MARIA FERNANDA
29	1002353637001	NATURAL	SALGADO VERGARA JUAN PABLO
30	1002433926001	OBLIGADA	JATIVA ESPINOSA SANTIAGO DAVID
31	1002434163	NATURAL	SUAREZ POTOSI MARCO VINICIO
32	1002467692001	NATURAL	MONTALVO VINUEZA LAURO OSWALDO
33	1002518114001	OBLIGADA	VEGA BOLAÑOS AMANDA LUCIA
34	1002575890	NATURAL	SOLANO POZO JAVIER ALEXANDER
35	1002587341	NATURAL	JACOME - JUAN CARLOS
36	1002612412001	OBLIGADA	BAEZ LATACUMBA JORGE EDUARDO
37	1002630109001	NATURAL	FUENTES DE LA TORRE AMPARO ELIZABETH
38	1002665725	NATURAL	TAMBA DAVILA MARCELO OLIVA
39	1002667986	NATURAL	JIJON GOBEO MARIA CARMEN

40	1002800546001	NATURAL	CABRERA GONZALEZ DARIO JAVIER
41	1002999553001	NATURAL	QUILUMBANGO VACA JOHANA GUADALUPE
42	1003022090001	NATURAL	MENESES PONCE VIVIANA
43	1003173893001	NATURAL	CALDERON VILLEGAS MAYRA ELIZABETH
44	1003339437001	NATURAL	RIVERA LEON MARIUXI PAOLA
45	1003448527001	NATURAL	POZO CALDERON PAMELA PATRICIA
46	1003502745001	NATURAL	LOPEZ DIAZ JOSELYN SAMANTHA
47	1003704432001	NATURAL	CORDOVA CHIZA ADRIAN JOVANNY
48	1003726567001	NATURAL	MONTALVO MEJIA LILIANA DEL ROCIO
49	1003971858001	NATURAL	VALLEJOS CEVALLOS LORENA MARGARITA
50	1004444616001	NATURAL	GUEVARA ARIAS DIANA ISOLET
51	1091744852001	SOCIEDAD	INDUSTRIA TEXTIL TEXTIRODAL
52	1091748475001	SOCIEDAD	ATUNTAQUI FUSION STORES ATFUSTRORES CIA LTDA
53	1703830867001	NATURAL	ORTEGA ESPAÑA MANUEL ANTONIO
54	1709145625001	NATURAL	DAVILA ESPINOSA RUBI DE SANTA MONICA
55	1712541216001	NATURAL	GARZON ARICO ROSA MARICELA
56	1712720919	NATURAL	FLORES ANDRADE SUSANA GABRIELA
57	1722461884001	NATURAL	DAVILA PINEDA PAUL AGUSTIN
58	1803256047001	NATURAL	NARANJO RONQUILLO FERNANDA ELIZABETH

VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR			
N°	RUC	Personería	Razón Social
1	0401599659	NATURAL	LIMA RODRIGUEZ CLAUDIA PAOLA
2	0925162562001	NATURAL	PUNINA PUNINA CARLOS FERNANDO
3	1000209708001	NATURAL	ESPINOSA VILLEGAS EUDOCIA DE LAS MERCEDES
4	1000225449001	NATURAL	JACOME VALLEJOS HUGO RENE
5	1000395218001	NATURAL	POSSO SALGADO BLANCA ISABEL
6	1000638641001	NATURAL	DOMINGUEZ ESPINOSA AMADA ELISA
7	1000696870001	NATURAL	MORAN MALDONADO LUIS HUMBERTO
8	1000810216001	NATURAL	DAVILA GUEVARA MARIANITA DE JESUS
9	1000977858001	NATURAL	CUSIN ANDRADE MARLENE
10	1000987170001	NATURAL	CADENA MONTALVO MARIA DE LOURDES
11	1001030897001	NATURAL	SUAREZ LITA CARMEN AMELIA
12	1001209012001	NATURAL	TIXILIMA RECALDE NORMA
13	1001302106001	NATURAL	MONTALVO CALDERON JORGE HERNAN
14	1001354784001	NATURAL	ESTEVEZ VILLEGAS TITO PATRICIO
15	1001518875001	NATURAL	VALLEJOS CALDERON INES YOLANDA
16	1001533130	NATURAL	PAREDES PAREDES BEXI GRACIELA
17	1001558467	NATURAL	MENDEZ TORRES MARIO ARMANDO
18	1001584356001	NATURAL	ANDRADE ANDRADE MIRIAN SUSANA
19	1001795317	NATURAL	POJOTA CABASCANGO MARIA MARGARITA
20	1001825221001	NATURAL	MONTALVO CALDERON MARCIA GERMANIA
21	1001988565001	NATURAL	ZUMARRAGA RECALDE MARIANA YOCONDA
22	1002010831001	NATURAL	MARTINEZ TIXILIMA KATYA MARIA
23	1002016481	NATURAL	MENESES PONCE JORGE WASHINGTON
24	1002128013001	NATURAL	GUERRA MANOSALVAS ESTHELA
25	1002305439001	NATURAL	MEDINA BOLAÑOS VIRGINIA ELIZABETH
26	1002331435001	NATURAL	ARELLANO CASTRO AMPARO ELIZABET
27	1002364857001	NATURAL	SILVA ASAS JORGE NESTOR
28	1002442802001	NATURAL	MONTALVO CALDERON JEIMY PATRICIA
29	1002469805	NATURAL	ESPARZA LEON MARIA ISABEL
30	1002510392001	NATURAL	GALARZA GOMEZ SANTIAGO JAVIER
31	1002511879001	NATURAL	ROJAS TORRES GABRIELA ROCIO
32	1002534350001	NATURAL	POZO CASTILLO LUIS GABRIEL
33	1002541884001	NATURAL	TACUNGA GOVEO DIGNA BEATRIZ
34	1002617056001	NATURAL	CHUSQUILLO DE LA CRUZ JOSE RAFAEL
35	1002669453001	NATURAL	MONTALVO PINEDA LUIS ANTONIO
36	1002695037001	NATURAL	DAVILA MENESES ERLINDA REBECA
37	1002758173001	NATURAL	CEVALLOS DELGADO GEOVANNY
38	1002761961001	NATURAL	CORDOVA YAMBERLA ANA LUCIA
39	1002784450001	NATURAL	BUELE VASQUEZ CARLOS BENITO

40	1002808184001	NATURAL	GUACHALA CALVACHE CRISTIAN LEONARDO
41	1002867784001	NATURAL	JACOME PASQUEL CARMEN YOLANDA
42	1002993572	NATURAL	MONTALVO DE LA TORRE JOSE HUMBERTO
43	1003015474001	NATURAL	MUENALA CACHIGUANGO SINDY LUCIA
44	1003021969001	NATURAL	ANDRADE ANDRADE GINNA SOLANGE
45	1003069521001	NATURAL	SIMBAÑA FLORES LEILA RUBI
46	1003073663001	NATURAL	FLORES JACOME LUIS ANIBAL
47	1003144639001	NATURAL	DOMINGUEZ JIJON LORENA
48	1003195367001	NATURAL	SANTOS LOPEZ MARCIA GUADALUPE
49	1003252507	NATURAL	REYES VASQUEZ ALEXIS PAUL
50	1003314331001	NATURAL	ESPINOSA PAREDES KARINA ELIZABETH
51	1003315965001	NATURAL	GUERRA TERREROS VANESSA MIREYA
52	1003410089	NATURAL	BOLAÑOS LESCANO HIPATIA VALERIA
53	1003449640001	NATURAL	CADENA CALDERON GLADYS VANESSA
54	1003558739001	NATURAL	MARTINEZ GUEVARA MAGDALENA
55	1003661913001	NATURAL	ALVAREZ ALVAREZ LUIS VICENTE
56	1003696281	NATURAL	BURGOS ORTIZ GISSELA JULIETA
57	1003931852001	NATURAL	PABON FUENTES CARLA GERMANIA
58	1003955778	NATURAL	AVELLANEDA HERNANDEZ ZAYDA MARIBEL
59	1004101430	NATURAL	TORRES MALES JOSE MIGUEL
60	1004177596001	NATURAL	REMACHE CACHIMUEL NATALY ARACELLY
61	1004204424	NATURAL	ECHEVERRIA GUERRA CARMEN PAOLA Y OTROS
62	1004390710001	NATURAL	SANCHEZ COTACACHI ANA CRISTINA
63	1708169006	NATURAL	ESCOBAR PAREDES BERIOSKA LORENA
64	1718526567001	NATURAL	GAVI NARANJO GISSELA VERONICA
65	1721658704001	NATURAL	VARIEDADES S BLASY

FABRICACIÓN DE ROPA A LA MEDIDA			
N°			
1	1000472686001	NATURAL	CADENA ALMEIDA TERESA DE JESUS
2	1000942340001	NATURAL	CALDERON ESPINOSA LUZ AMERICA
3	1001135290001	NATURAL	ALMEIDA CALVACHE MARIA ELENA
4	1001524865001	NATURAL	DAVILA POSSO TERESA DEL ROCIO
5	1001574563	NATURAL	PADILLA TERAN CARMEN NARCIZA
6	1001710738001	NATURAL	ESPINOSA MICHILENA PATRICIA MARLENE
7	1001927043001	NATURAL	CALDERON ANDRADE SILVIA PATRICIA
8	1002004453001	NATURAL	BARAHOPNA AVILA ANA MERCEDES
9	1002145751001	NATURAL	TERAN IMBAQUINGO ROSA MARIA
10	1002586715001	NATURAL	ESTEVEZ ARIAS DIEGO RAFAEL
11	1002634994001	NATURAL	MONTALVO PAMBAQUISHPE MARIA ANGELINA
12	1002666699001	NATURAL	IMBAQUINGO IMBAQUINGO MARIA PIEDAD
13	1002832697001	NATURAL	MAIGUA LEON GLADYS VERONICA
14	1002969390	NATURAL	CEVALLOS SARAUZ - LORENA MARGARITA
15	1002985248001	NATURAL	ALBUJA LEON MARIA FERNANDA
16	1003274287001	NATURAL	RAMIREZ MORAN XIMENA ESPERANZA
17	1003395488001	NATURAL	ENDARA FLORES MARIA JOSE
18	1003604160001	NATURAL	ARAQUE MONTALVO SANDRA MARIELA
19	1700819657	NATURAL	LOPEZ MORETA JOSE AGUSTIN
20	1715267033001	NATURAL	CELI NOLE MERCY ROSA

ANEXO 8 Proformas



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente

Razón Social para Emisión de Retención: Norma Yolanda Córdova Paladines
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466

RUC 0701084321001

PROFORMA

NOMBRE: PATRICIA CHUQUÍN

CONTACTO: PATRICIA CHUQUÍN

FECHA: 07/06/2016

TÉLEFONO: 0979917799

ASESOR:

Javier Amas

DIRECCIÓN: NATABUELA - LOS OVALOS

CELULAR:

0994 039 492

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	COMPUTADOR CORE I3 Case Kit E-Laser Negro Gris WSC-6360 Board Gigsbyte H81M-H LGA 1150 4taG Procesador Intel Pentium G3250 3.2Ghz 3MB 1150 Ósmo , 4 Gb DDR3 PC-1600/12800Mhz Kingston PC Disco duro 1 TB SATA Toshiba PC 7200RMP DVD RW LG Super Multi SATA 24x DVD-52X CD Lector Multi Card 3.5" Interno Monitor 20" LED LG 20M37A-B 1600X900 Regulador CDP R2C-AVR1008 1000VA 8 Tomas Windows 10 Home SL 32/64 Bits Original	627.29	1254.60
1	MULTIFUNCIÓN EPSON L365 DE SISTEMA CONTINUO IMPRIME, CÓPIA, SCANEA, WIFI	157.33	157.33
GARANTIA DE 1 AÑO		SUBTOTAL	1.411.93
CONFIRMACION Y ENTREGA INMEDIATA		IVA 14%	197.67
PRECIOS SUJETOS A CAMBIO POR TASAS ARANCELARIAS		TOTAL	1.610.00

FORMA DE PAGO: CONTADO

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE... **26 AÑOS**

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO



IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444

OTAYALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743

PROFORMA

JUAN GABRIEL PAVON FLORES

RUC: 1708327596001

DIREC: Amazonas 16-30 y Juan de Velasco

CEL: 0999375304 - 0979517897

Atuntaqui - Ecuador

Atuntaqui, 13 de julio del 2016

TEC-07-13-052

NOMBRE: Chuquin Patricia

RUC: 100403610-7

DIREC: Natabuela- Los Ovalos

TELF: .0979917799

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	Máquina industrial OJALADORA, modelo JK-T781 marca JACK, con lubricación automática, realiza 3.600 puntadas por minuto, realiza el ojal y luego lo corta, para trabajo liviano a mediano.	2.631,58	2.631,58
1	Máquina industrial RECUBRIDORA PLANA, marca JONTEX, con lubricación automática, con sus 6000 puntadas por minuto, realiza trabajo de recubrimiento superior e inferior en tela mediana a pesada.	1.052,63	1.052,63
3	Máquina industrial RECTA, marca JONTEX, posee lubricación auto- mática, realiza 4500 puntadas por minuto, ideal para trabajo liviano a mediano.	394,74	1.184,22
2	Máquina con tablero, estante original y motor. Máquina industrial OVERLOK DE 4 HILOS, marca JONTEX, con lubricación automática, realiza 7500 puntadas por minuto, posee dos agujas, por lo que realiza la puntada de seguridad de forma interna en la costura, ideal para trabajo liviano.	701,75	1.403,50
1	CORTADORA CIRCULAR 4"	157,90	157,90
Sr. Juan Pavón.		SUB TOTAL	6.429,83
TECNI MAQ.		IVA	900,18
		TOTAL	7.330,00

Son: Siete mil trescientos treinta con 00/100

CONDICIONES:

Validez de la proforma:	30 días
Tiempo de entrega:	Inmediata
Forma de pago:	de contado contra-entrega
Repuestos:	en stock
Garantía:	1 año sobre cualquier defecto de fabricación

ANEXO 9 Fotografías

